



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO**

Recepção e Estudos Culturais: uma relação pouco discutida

Katrine Tokarski Boaventura

Dissertação apresentada ao PPG/FAC
para obtenção do grau de Mestre em
Comunicação. Linha de pesquisa:
Teorias e Tecnologias da Comunicação.
Orientador: Prof. Dr. Luiz Cláudio
Martino.

Março 2009

Livros Grátis

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

Milhares de livros grátis para download.

Resumo:

O presente trabalho busca compreender a relação entre os estudos de recepção e os Estudos Culturais Latino-Americanos, tradição que teve e continua tendo larga influência nas pesquisas de recepção realizadas no Brasil. O objetivo fixado foi o de esclarecer a contribuição dos Estudos Culturais Latino-Americanos para a compreensão da recepção particularmente nos estudos de Comunicação. Partiu-se de um levantamento das definições do termo “recepção”, e de outros conceitos relacionados, a partir das obras dos três principais autores latino-americanos da área: Jesús Martín-Barbero, Néstor García Canclini e Guillermo Orozco Gómez. Após uma leitura transversal desses autores, chegamos a um quadro que resume as principais proposições dos Estudos Culturais Latino-Americanos para a pesquisa de recepção. Relacionando esse resultado com as contribuições dos pesquisadores brasileiros do campo, apresentamos um levantamento que visa contribuir para o estado-da-arte da investigação nessa área no país. Além disso, propomos algumas discussões críticas, a fim de fomentar o avanço dos estudos de recepção brasileiros.

Palavras-chave: Recepção, Estudos Culturais Latino-Americanos, Teorias da Comunicação.

Abstract:

This present work aims to comprehend the connection between reception analysis and Latin American Cultural Studies, a tradition that had and still has a notorious influence on the reception researches that take place in Brazil. The objective was to clarify the contribution of Latin American Cultural Studies to understand the reception specifically on Communication studies. The starting point was to put together the definitions of the term “reception” and of other concepts related, taking into account the work of the three most important Latin American authors on the subject: Jesús Martín-Barbero, Néstor García Canclini e Guillermo Orozco Gómez. After a transversal analysis of these authors, we reached a scenario that sums up the main propositions of the Latin American Cultural Studies to the reception research. Relating this result with the Brazilian researches in the field, we present an analysis that aims to contribute to the state-of-the-art of investigation in this area in the country. Besides, we propose a few critical debates to stimulate a breakthrough in the Brazilian reception studies.

Key word: Reception, Latin American Cultural Studies, Communication Theory

Agradecimentos

Ao Prof. Dr. Luiz Cláudio Martino, meu orientador pelos caminhos e descaminhos da pesquisa, por sua clareza e empenho inspirador na busca do conhecimento;

Ao Prof. Dr. Pedro Russi Duarte, incentivador dedicado do espírito científico nos alunos, por todo o apoio em minha formação como pesquisadora;

Ao Prof. Dr. Roberto Follari, por aceitar vir a Brasília para participar de minha banca de defesa da dissertação e contribuir com suas críticas a esta pesquisa;

À Capes, pelo apoio financeiro a este trabalho;

Aos colegas de mestrado que proporcionaram renovadoras discussões criativas nas mesas dos cafés do *campus* da UnB e de fora dele;

Ao meu marido, Yuri, pela admiração incondicional que me deu confiança, e pelo apoio integral nessa jornada;

Ao meu pai, Prof. Dr. Geraldo Boaventura, pelo exemplo e inspiração que guiam minhas escolhas;

À minha mãe, Vera, pela dedicação e contribuição fundamental à minha formação;

Aos meus irmãos, Camila e André, por estarem sempre presentes nos momentos cruciais de minha vida;

À minha sogra, Déborah, com quem compartilhei angústias e o almoço feito pela Salete durante este período;

À amiga Juliana, que, mesmo sendo médica, ouviu meus avanços e dúvidas nesta pesquisa com gentil interesse;

A todos os amigos e familiares, que me incentivaram e esperaram pacientemente, enquanto me dedicava aos estudos.

SUMÁRIO

Apresentação	01
1. O que é exatamente a recepção: um esforço de caracterização	02
<i>1.1 A recepção e a Comunicação</i>	04
⇒ Audiência x Público	04
⇒ A pesquisa dos efeitos	06
⇒ Os estudos de recepção na perspectiva sociocultural	10
⇒ A pesquisa latino-americana de recepção	17
<i>1.2 A pesquisa de recepção no Brasil e a influência dos Estudos Culturais Latino-Americanos</i>	25
⇒ Estágio da pesquisa brasileira de recepção	26
⇒ Tradição latino-americana dos Estudos Culturais	32
2. Corrente dominante nos estudos brasileiros de recepção: os autores latino-americanos	34
<i>2.1 Estudos Culturais – origens</i>	34
<i>2.2 Principais conceitos de “recepção” nos Estudos Culturais Latino-Americanos: uma leitura transversal</i>	37
<i>2.3 Principais autores</i>	40
⇒ Jesús Martín-Barbero	40
– Definições	48
<i>(a)Recepção</i>	48
<i>(b)Estudos Culturais</i>	57
<i>(c)Comunicação</i>	59
<i>(d)Mediação</i>	74
⇒ Néstor Garcia Canclini	79
– Definições	82
<i>(a)Recepção</i>	82
<i>(b)Estudos Culturais</i>	87
<i>(c)Comunicação</i>	92
<i>(d)Hibridação</i>	97
<i>(e)Consumo</i>	99
⇒ Guillermo Orozco Gómez	102
– Definições	104
<i>(a)Recepção</i>	104
<i>(b)Estudos Culturais</i>	109
<i>(c)Comunicação</i>	111
<i>(d)Televidência</i>	113

	<i>(e)Mediação</i>	118
2.4	<i>Compatibilidade entre conceitos – convergências</i>	123
⇒	Recepção/receptores	123
⇒	Receptores não são passivos, alienados ou sem reação	124
⇒	A recepção é um novo “lugar” de investigação	125
⇒	Dos meios às mediações.....	125
⇒	Mediações	126
⇒	Comunicação e cultura	127
⇒	Estudos Culturais	128
⇒	Interdisciplinaridade/transdisciplinaridade	129
⇒	Instrumentos metodológicos mais adequados ao estudo da recepção precisam ser adotados	131
2.5	<i>Divergências e contradições</i>	131
3.	Os estudos de recepção no Brasil	134
3.1	<i>Ana Carolina Escosteguy e Nilda Jacks</i>	134
3.2	<i>Maria Immacolata Vassalo de Lopes</i>	140
3.3	<i>Mauro Wilton Sousa</i>	145
3.4	<i>Itania Gomes</i>	148
3.5	<i>Outros</i>	151
4	Apontamentos Críticos	158
4.1	<i>Estudos Culturais e recepção – duas correntes ou a mesma tradição?.....</i>	158
5	Considerações Finais	166
6.	Bibliografia	167

Apresentação

A proposta inicial desta pesquisa era analisar a representação do feminino na telenovela *Paraíso Tropical*, veiculada no horário de maior audiência da TV Globo, entre março e outubro de 2007. A intenção original era analisar como as personagens femininas, mesmo quando representadas fora dos padrões, ainda seguiam os papéis sociais historicamente definidos para o feminino e o masculino.

Porém, a partir das primeiras leituras, o que mais despertava interesse – e parecia mais instigante – era estudar a relação que se estabelecia entre a telenovela e o seu público, ou seja, a recepção deste produto audiovisual tão popular no Brasil. A fim de realizar um estudo de recepção da novela, o próximo passo foi buscar os referenciais teórico-metodológicos que possibilitassem abordar a questão.

Relacionando a literatura pertinente foi possível verificar que havia duas tendências principais nos estudos de recepção. Segundo as visões mais correntes, existiria uma divisão entre os estudos dos efeitos que os meios de comunicação provocam sobre o receptor e, de outro lado, o estudo da recepção a partir do contexto sociocultural, das mediações.

Sob a primeira ótica encontramos estudos que pensam o processo da recepção como uma etapa. A comunicação é vista como um ato, constituído por diferentes etapas: produção, mensagem, recepção. O receptor seria o pólo que recebe a comunicação, que sofre seus efeitos. Muitas críticas foram feitas ao estudo do receptor a partir dos efeitos do processo de comunicação. Considera-se que o esquema restringe as possibilidades de análise. Porém, existe uma ampla base em termos de construção teórico-metodológica nessa linha de estudos da recepção, inserida na tradição da *Communication Research* estadunidense.

A segunda perspectiva propõe que a recepção seja estudada considerando-se o contexto em que esta ocorre. A necessidade de levar o contexto em consideração, por mais óbvia que possa parecer, foi enfatizada por essas correntes teóricas como essencial para que a pesquisa de recepção pudesse avançar. O fenômeno é pensado como parte de um processo que não pode ser dividido. Esses estudos receberam contribuições dos Estudos Culturais ingleses e, principalmente, latino-americanos. A corrente sociocultural prevalece nas pesquisas de recepção realizadas no Brasil recentemente, levando a própria pesquisa de recepção a coincidir com os Estudos Culturais para muitos autores. Todavia, a abordagem sociocultural dos estudos de recepção ainda carece de críticas entre os estudiosos no país.

Por outro lado, ao buscar os aportes teóricos e metodológicos que pudessem proporcionar a compreensão do fenômeno da recepção da novela, surgiram novos questionamentos: como abordar a recepção? Quem é o receptor e como se pode chegar a ele? E uma questão mais essencial: o que é exatamente a *recepção*? Dessa forma, o problema de entender o que é a *recepção* e como estudá-la se impôs e o foco do trabalho se deslocou para uma pesquisa teórica sobre esse aspecto do processo comunicacional chamado *recepção*.

Não foi difícil dar-se conta de que a tradição dos Estudos Culturais tem grande importância para os estudos de recepção no Brasil. O que trouxe novas dúvidas: como a recepção é caracterizada pelos Estudos Culturais? Os Estudos Culturais poderiam ser considerados um aparato teórico-metodológico utilizado para estudar a recepção? Ou o próprio conceito de recepção seria indissociável dos Estudos Culturais? Enfim, qual seria a relação entre Estudos Culturais e recepção?

Estava, pois, configurado o novo foco da investigação: a idéia inicial de uma pesquisa aplicada foi abandonada, dando lugar a um estudo teórico dedicado à compreensão do que tem sido entendido como recepção no campo do saber comunicacional e suas relações como os Estudos Culturais Latino-Americanos.

A escolha da recepção como objeto de nossa pesquisa decorreu dessa série de deslocamentos, que levou da reflexão teórica sobre esse fenômeno à constatação de uma possível lacuna: não estaria faltando reflexão crítica sobre os enfoques teóricos e metodológicos mais utilizados nas pesquisas de recepção recente?

Espera-se que, entre tantas dúvidas, recuperar parte do estado-da-arte dos estudos de recepção, da maneira como propomos, possa trazer alguma pista sobre como avançar na pesquisa em Comunicação e proporcionar subsídios para que outros trabalhos prossigam no esforço crítico tão fundamental ao campo.

1. O que é exatamente a recepção: um esforço de caracterização

Definir o que é a “recepção” tem sido um desafio não só para vários pesquisadores da Comunicação como também para diferentes áreas do conhecimento. Lingüistas, psicólogos, sociólogos, entre outros, já se dedicaram ao tema sem, contudo, chegarem a uma definição inequívoca e única para o que seja a “recepção”. Como diz Daniel Dayan na revista *Hermès*, em edição especialmente dedicada ao tema:

Chegamos à questão da recepção frente à teoria literária (Iser, Jauss, Fisch, Suleiman, Tomkins, Radway) à semiótica (Peirce, Eco, Veron) à história (Chartier) à psicologia social (Moscovici) à psicolingüística

(Ghiglione), à pesquisa sobre a conversação e a elaboração da opinião pública (Katz, Noelle-Neumann, Gamson, Boullier, Héritage). A questão está colocada de todas as partes. Em termos e perspectivas dificilmente conciliáveis. Frente à multiplicidade de fontes, e à diversidade de caixas de ferramentas, o consenso que emerge sobre a importância da recepção de fato se revela babélico. Não se trata apenas de simplesmente opor os métodos textuais aos experimentais, ou os métodos quantitativos aos qualitativos. A cultura metodológica dos pesquisadores tem um papel determinante, mas que é diferente também pela imagem que eles fazem de cada elemento do processo de recepção, trate-se do espectador, do texto que a ele é confrontado, ou da relação entre um e outro (DAYAN, 1992, p. 15).¹

Tendo em vista a diversidade de definições e abordagens, é necessário pontuar duas colocações. Primeiro, não é objetivo desta pesquisa encontrar uma e somente uma definição para o termo “recepção” ou mesmo eleger alguma como preferencial. Nem mesmo se procura fazer um levantamento extensivo e abrangente de como tem sido definida a recepção em todas as ciências e abordagens de pesquisa. O que nos leva à segunda colocação: a perspectiva de análise que interessa a este trabalho é a comunicacional. Não se pretende, com isso, excluir ou negar a existência de outras abordagens válidas e úteis à pesquisa do fenômeno empírico da recepção. Mas, por exigência analítica, foi privilegiada a entrada comunicacional para o estudo do fenômeno. Dito isso, podemos acrescentar, ainda, que o recorte feito privilegia a abordagem dos Estudos Culturais Latino-Americanos, como será explicitado mais adiante.

Por ora, é preciso marcar que os estudos de recepção se desenvolveram dentro e fora do saber comunicacional e que, mesmo fazendo parte deste campo, aqui também existem variadas formas de tratar o problema. Florencia Saintout (1998, p. 49) fala da impossibilidade de definir uma única teoria da recepção:

Al decir aquí de las llamadas teorías de recepción se hace mención a ciertos enfoques teóricos no específicos de lo comunicacional, a ciertas narrativas, que se conforman de una enorme variedad de componentes teóricos. No es un modelo orgánico el que surge sino más bien un fuego cruzado de

¹ On arrive ainsi à la question de la réception depuis la théorie littéraire (Iser, Jauss, Fisch, Suleiman, Tomkins, Radway), la sémiotique (Peirce, Eco, Veron), l'histoire (Chartier), la psychologie sociale (Moscovici), la psycholinguistique (Ghiglione), la recherche sur la conversation et l'élaboration de l'opinion publique (Katz, Noelle-Neumann, Gamson, Boullier, Héritage). La question est posée de toutes parts. Elle l'est dans des termes et dans des perspectives difficilement conciliables. Devant la multiplicité des sources, et la diversité des boîtes à outils, le consensus qui se dégage sur l'importance de la réception se révèle en fait babélique. Il ne s'agit pas simplement d'opposer des méthodes textuelles à des méthodes expérimentales, ou des méthodes quantitatives à des méthodes qualitatives. La culture méthodologique des chercheurs joue un rôle déterminant, mais ceux-ci diffèrent aussi par l'image qu'ils se font de chacun des éléments du procès de réception, qu'il s'agisse du spectateur, du texte auquel il est confronté, ou de la relation entre l'un et l'autre.

lecturas que se arman con lo que pueden para enfrentarse contra las grandes referencias que dominaron por décadas el conocimiento social. El común denominador de estos componentes es la intención de ruptura con sus antecesores-interlocutores, mecanicistas y deterministas. La recepción deja entonces de ser una etapa o un momento del proceso de la comunicación para transformarse en un lugar desde el cual repensar el proceso entero de la comunicación.

Uma boa maneira para entender esta multiplicidade de abordagens sobre a recepção é resgatar as principais tendências de estudo da relação entre o público e a mensagem veiculada pelos meios de massa na perspectiva da Comunicação. Como veremos a seguir.

1.1 A recepção e a Comunicação

Para situar o problema em relação ao contexto de sua problemática, segue um breve exame das condições em que os estudos de recepção se configuraram nos anos recentes, sem perder de vista que as pesquisas sobre recepção extrapolam o campo teórico da Comunicação. Como afirma Daniel Dayan (1992, p. 229):

(...) as pesquisas em comunicação não são as únicas a abordar de maneira sistemática o problema da recepção, e que no seio destas, os estudos culturalistas e os estudos ditos “de recepção” não são as únicas fontes de conhecimento à nossa disposição.²

Desde a pesquisa sobre os efeitos provocados pelos meios de comunicação sobre o público (*Communication Research*) até os estudos de recepção em um sentido estrito, a temática da relação entre o receptor e a mensagem desperta interesse. Uma primeira observação se faz necessária para distinguir duas principais maneiras de conceituar o conjunto dos receptores, entendidos tanto do ponto de vista numérico, como do ponto de vista de um ator social. Portanto, é preciso diferenciar “audiência” e “público”.

Audiência x Público

Dentre as definições da língua portuguesa, podemos reter algumas definições para o termo *audiência*, presentes no dicionário Houaiss. As definições de “audiência” que nos interessam são:

² (...) les recherches en communication ne sont pas les seules à avoir abordé de façon systématique le problème de la réception, et qu'au sein de celles-ci, les études culturalistes et les études dites « de réception » ne sont pas les sources exclusives des savoirs dont nous disposons.

a) A “audiência” entendida como “o número de leitores habituais de um jornal ou de uma revista”;

b) Como “grupo de ouvintes ou de espectadores que se supõe, por estimativa, ou se comprova, por pesquisa direta, estarem em dado momento sintonizados com determinado programa de rádio ou televisão” tem um sentido quantitativo, ligado à mensuração do público;

c) A audiência entendida como sinônimo de público.

O público, por sua vez, é definido como:

a) “Conjunto de pessoas com características ou interesses comuns”;

b) Como “a platéia ou a audiência de um teatro, um espetáculo, um evento esportivo, um programa de rádio ou televisão etc.”;

c) Como “conjunto das pessoas às quais se destina determinada mensagem, campanha ou promoção”.

Ou seja, a noção de *audiência* tem um sentido mais ligado à quantidade, enquanto a noção de *público* define um grupo com algo em comum, apesar de os termos poderem ser usados como sinônimos na Língua Portuguesa.

Em outras línguas, como o francês, os dois significados são distintos: *audiência* é o termo específico para designar o conceito numérico, enquanto o termo *público* remete ao ator social. Já na língua inglesa o termo *audience* significa tanto “a relação dos meios de comunicação com o público”, como também significa o próprio “ator social, o público” (DAYAN, 1992, p. 304).

No Brasil faz-se uma diferenciação entre *pesquisa de recepção* e *pesquisa de audiência*. Esta última é considerada como a investigação voltada para o mercado, desenvolvida nas décadas de 50 e 60, com objetivo comercial. O Ibope é um bom exemplo de instituto de pesquisa que surgiu nesse período. Como dizem Jacks & Escosteguy:

(...) a maioria das pesquisas nessa fase era implementada através de métodos quantitativos, configurando-se exclusivamente como pesquisa voltada para o mercado publicitário, tratando o indivíduo como consumidor, isto é, do ponto de vista do poder aquisitivo e de suas práticas e hábitos de consumo (2005, p. 80).

Portanto, a principal diferença entre “recepção” e “audiência”, no Brasil, é que as definições são usadas para designar duas abordagens de pesquisa: a primeira acadêmica e a segunda de interesses comerciais. Ainda que as duas autoras reconheçam

que o termo “audiência” poderia ser utilizado para abarcar toda a investigação, a exemplo do que acontece em outros países, no Brasil a audiência está muito atrelada à análise de mercado dos públicos:

É importante dizer também que, de modo geral, a expressão audiência e, por sua vez, pesquisa de audiência, está associada àquelas investigações com fins mercadológicos e, sobretudo, de caráter quantitativo. Isso está de tal forma incrustado nessa problemática, que falar em audiência é sinônimo de índice de audiência e, quase sempre, este último passa a chamar-se íbope (*idem*, p. 111).

Da mesma forma que acontece com as designações para o conjunto de receptores, o próprio significado de “receptor” pode ir de “alvo apático da comunicação” a “produtor de sentidos”, dependendo da tradição de pesquisa na qual se insere, como abordaremos a seguir.

A pesquisa sobre os efeitos

A diferença entre “recepção” e “efeito” diz respeito a duas importantes tendências da pesquisa em relação ao público. Como explica Florencia Saintout:

Basicamente son dos los lugares, los puntos de vista desde los cuales se ha abordado la recepción como problemática: uno, aquel que la entiende como proceso en sí mismo, como objeto en sí; el otro, el que entiende la recepción como momento de producción de sentido en la cultura. El primero es el que optan aquellos que, inmersos en una idea de la comunicación como linealidad, que evoluciona sobre el punto de apoyo de los medios, los artefactos, de alguna maera piensan que si antes se estudió la emisión y luego los mensajes, ahora es tiempo de ver qué pasa con el último factor del circuito: el a quién (1998, p. 21).

A pesquisa dos “efeitos” está identificada à tradição de pesquisa empírica norte-americana (*Communication Research*). Grosso modo, nesses estudos, a recepção é orientada para identificar os efeitos/impactos provocados pela mensagem no público.

A preocupação com os efeitos surgiu nos anos que precederam a Primeira Guerra Mundial, com a demanda por pesquisa social. Nesse período de reformas sociais, começaram a ser desenvolvidas pesquisas sobre a influência dos meios em crianças e adolescentes. Em 1933, foi publicado o relatório da fundação Payne, que instituiu uma tradição de estudos sobre meios e violência. Nos doze volumes do relatório, psicólogos, sociólogos e educadores discutiram os efeitos do cinema no conhecimento das culturas estrangeiras, nas atitudes quanto à violência e no comportamento delinqüente (MATTELART & MATTELART, 1999, p. 41).

Carlos Alberto Araújo (2001, p. 130) fala que a “Corrente Americana dos Estudos sobre os Efeitos” evoluiu, ao longo de mais de 60 anos de pesquisa desde a década de 20, em relação ao aparato teórico utilizado:

De um modelo de máxima simplicidade, que previa um processo linear partindo dos meios, onipotentes, a receptores passivos e isolados, determinando efeitos diretos, chegou-se a modelos que passaram a considerar a influência de diversos outros fatores: as características psicológicas dos receptores, as formas de organização das mensagens, a rede de relações interpessoais em que os indivíduos se inserem, elementos *extramedia* que atuam de forma concomitante nos meios de comunicação, os usos que as pessoas fazem destes meios, e a natureza da ação dos meios na sociedade.

A temática dos efeitos freqüentemente é relacionada à chamada “teoria hipodérmica”, surgida no período das duas grandes guerras e da difusão em larga escala da comunicação de massa. O aspecto geralmente destacado é o do público caracterizado como pertencente à sociedade de massa. Esta, por sua vez é um grupo homogêneo de indivíduos que são iguais e indiferenciáveis. Esses indivíduos estariam isolados, atomizados, anônimos e, portanto, reagem isoladamente aos meios de comunicação, sem oferecer resistência às mensagens propagadas. Segundo a teoria, se o alvo for atingido, o efeito pretendido é alcançado. Daí ela também ser denominada *bullet theory*. O modelo do processo de comunicação empregado nesta fase vem do behaviorismo e é do tipo Estímulo-Resposta (WOLF, 1999, p. 22 -28).

Mas foi a partir do Modelo de Lasswell que os interesses de pesquisa se dividiram em dois temas centrais: a análise dos efeitos e a dos conteúdos (Wolf, 1999, p. 31). De acordo com a proposta do modelo, o processo de comunicação poderia ser expresso pelas seguintes questões: quem (emissor), diz o quê (análise do conteúdo), através de que canal (estudo dos meios) e com que efeito (análise da audiência). Lasswell também introduziu algumas premissas acerca desse processo: eles são assimétricos; a comunicação é intencional e tem por objetivo um efeito (WOLF, 1999, p. 29-31).

Depois da década de 40, os estudos dos efeitos vão seguir diretrizes diferentes, mas que em muitos aspectos permanecem interligadas ou sobrepostas. Dessa forma, essas tendências de pesquisa teriam contribuído para aprimorar o modelo comunicativo que havia sido proposto pela teoria hipodérmica, de modo a considerar cada vez mais o contexto em que ocorre a comunicação (ARAÚJO, 2001, p. 126).

Uma dessas correntes foi a abordagem empírico-experimental ou “da persuasão”, que promoveu uma revisão do processo comunicativo como uma relação entre estímulo e resposta, evidenciando a complexidade dos elementos envolvidos na comunicação. O esquema passa a levar em conta a intervenção de processos psicológicos intervenientes entre a causa e o efeito (ou entre o estímulo e a resposta).

Estas variáveis psicológicas acabam com o imediatismo da resposta e são medidas pelo papel que o destinatário desempenha (WOLF, 1999, p. 35). De acordo com essa teoria, os meios de comunicação podem exercer influência e persuasão, mas não de forma igual e constante. Os efeitos não são automáticos, não poderiam ser pressupostos pela simples emissão da mensagem. Mesmo assim, seria possível atingir os objetivos pretendidos, se algumas condições fossem atendidas (*idem*, p. 46). Carl Hovland foi o principal expoente desta linha de pesquisa, com seus estudos sobre a eficácia da propaganda junto a soldados americanos (ARAÚJO, 2001, p 126-127).

Já a abordagem dos “efeitos limitados” destaca o processo de influência interpessoal que vai interferir nos efeitos exercidos pelos *mass media*. Em vez de processos psicológicos como na abordagem anterior, o que aqui se enfatiza é a rede de relações sociais na qual o indivíduo está inserido. Se a teoria hipodérmica falava de manipulação e a anterior de persuasão, agora o problema passa a ser o da influência, a qual não é exercida apenas pelos meios (WOLF, 1999, p. 47).

Duas correntes se distinguem: uma que estuda a composição diferenciada dos públicos e seus modelos de consumo dos meios de comunicação; outra, mais significativa, que trata da mediação social que caracteriza esse consumo (WOLF, 1999, p. 48). O principal representante da primeira corrente é Kurt Lewin, que estudou as relações dos indivíduos dentro dos grupos e seus processos de decisão. Já na segunda, destaca-se Paul Lazarsfeld, pesquisador influente que estuda os efeitos com um viés sociológico. As pesquisas de Lazarsfeld levaram à formulação do conceito de *líderes de opinião*, para expressar os indivíduos com influência sobre a tomada de decisão dos demais. Dessa forma, foi criado o modelo “*two-step flow of communication*”, segundo o qual a comunicação ocorre em dois níveis: dos meios aos líderes e dos líderes às outras pessoas do grupo (ARAÚJO, 2001, p. 127-128).

Outra tendência de pesquisa sobre os efeitos que teve larga repercussão foi a dos Usos e Gratificações (doravante, U&G). Nessa corrente, passa-se da pergunta “o que os *mass media* fazem com as pessoas?” para “o que as pessoas fazem com os *mass media*?”. O meios não podem influenciar um indivíduo que não faça uso deles, ou seja,

o efeito é uma conseqüência da satisfação de necessidades do receptor. Um aspecto importante em relação ao receptor é que, a partir da pesquisa de U&G, o emissor e o receptor são parceiros ativos no processo de comunicação (WOLF, 1999, p. 71).

As necessidades do destinatário passam a ser consideradas como variáveis para o estudo dos efeitos (*idem*, p. 73). Com as aquisições dessa corrente, chegou-se à compreensão de que o conteúdo das mensagens poderia ser secundário, ou seja, o estudo dos meios não poderia ser feito só pelo conteúdo das mensagens ou por parâmetros sociológicos usados anteriormente. A partir daqui, a seletividade operada pelo receptor ganha relevância, sendo invertida a direção do fluxo comunicacional, indo dos receptores para os meios, pois depende do receptor se essa comunicação será ou não estabelecida (*idem*, p. 77-78). Porém, a hipótese dos Usos e Gratificações ainda tende a tratar a audiência como um conjunto de indivíduos isolados do contexto e, então, essas variáveis acabariam não sendo suficientes para explicar o consumo dos meios (*idem*, p. 79).

A mudança de concepção do receptor percebida nos estudos de Usos e Gratificações também pode ser percebida na hipótese do Agenda Setting, uma teoria de efeitos a longo prazo. A ação dos meios é pensada como capaz de alterar a estrutura cognitiva das pessoas – o modo individual de conhecer o mundo. De acordo com essa corrente de pesquisa, ocorre o “agendamento”, ou seja, temas e assuntos são colocados para a sociedade pela ação dos meios. Os efeitos deixam de ser imediatos e passam a ser considerados como perceptíveis em um período maior de tempo (ARAÚJO, 2001, p. 129).

Tais mudanças devem-se ao diálogo entre a corrente de estudos dos efeitos e outras tendências de pesquisa surgidas a partir dos anos 60, como afirma Araújo:

A partir dos anos 60, essa grande corrente de estudos vai dialogar de forma mais consistente com diversas outras correntes de estudo, tanto norte-americanas (aquelas antes relegadas à marginalidade, como o Interacionismo Simbólico, a Semiótica e a Escola de Palo Alto, e outras áreas de pesquisa como a Sociologia do Conhecimento) como européias (a Corrente Culturológica francesa, a Semiologia, os Cultural Studies de Birmingham). Desse diálogo resultam novas abordagens da problemática dos efeitos, que apontam para um quadro explicativo já bastante diferente do primeiro modelo a orientar os estudos da década de 30 (2001, p. 128).

Surgirá, assim, uma outra perspectiva de abordagem do receptor, que será considerado produtor de sentidos:

(...) la recepción no es un objeto de estudio en sí misma, sino que ubicados en la recepción se vuelven significativos hechos culturales que con la

mirada puesta en los medios, o en los mensajes, por ejemplo, se perderían. La recepción, como momento que da sentido al hecho cultural, habilita para comprender cómo se constituyen determinadas significaciones culturales (SAINTOUT, 1998, p. 21-22).

Apresentaremos, então, a pesquisa de recepção sob esse novo enfoque.

Os estudos de recepção na perspectiva sociocultural

Antes dos estudos de recepção se tornarem uma tendência entre os pesquisadores da Comunicação, o campo encontrava-se polarizado entre os que acreditavam em receptores apáticos, alienados e vulneráveis aos meios de comunicação e aqueles que defendiam a capacidade crítica e de reação dos públicos. Como diz Dayan (1992, p. 18), os “espectadores-vítimas” de Noëlle-Neumann, de Gerbner, de Gitlin se colocavam de um lado, em oposição aos espectadores resistentes, de Dominique Wolton, a quem não se poderia negar a capacidade crítica sem se negar a própria democracia:

Os estudos de recepção vem confundir a clareza quase coreográfica desta distribuição de campos. Logo de saída, eles evitam colocar o público em “terceira pessoa”. Eles não falam, na verdade, nem *do* público, como fazem os pesquisadores empíricos, nem *em nome do* público, como fazem os teóricos críticos ou os autores dos discursos regulatórios. Eles dão, ao contrário, a palavra ao público e tendem a desaparecer num primeiro momento diante dessa palavra. Em seguida, quando se trata de interpretar, eles parecem confirmar as teses de um dos campos em jogo, mas freqüentemente para reivindicarem o outro campo. Eles afirmam simultaneamente a autonomia do espectador e sua sujeição (DAYAN, 1992, p.18)³.

No fim dos anos 70, os estudos de recepção trouxeram para o centro das atenções o receptor. Dayan (1992, p. 28) fala que, a partir da reabilitação do espectador, as pesquisas de recepção marcaram o término de um certo desinteresse por parte dos pesquisadores, que passaram a escutar, então, a palavra do público.

A partir dos anos 80, os estudos de recepção foram influenciados pelo modelo da “Codificação/Decodificação”, proposto por Stuart Hall. O texto foi publicado em 1973, o que coincide com esse momento em que o fenômeno recepção começa a despertar mais atenção. A proposta era de que o processo de comunicação televisiva estaria

³ Les études de réception viennent alors brouiller la clarté quasi chorégraphique de cette distribution en camps. Elles le font d'abord en évitant de placer le public en « troisième personne ». Elles ne parlent en effet ni *du* public, comme le font les chercheurs empiriques ; ni *au nom du* public, comme le font les théoriciens critiques ou les auteurs de discours régulatoires. Elles donnent au contraire la parole à ce public et tendent à s'effacer dans un premier temps devant cette parole. Quand il s'agit ensuite de l'interpréter, elles semblent confirmer les thèses de l'un des camps en présence, mais c'est très souvent, pour se réclamer de l'autre camp. Elles affirment simultanément l'autonomie du spectateur et sa sujétion.

dividido em quatro momentos: produção, circulação, distribuição/consumo e reprodução. Estes momentos, que teriam forma e condição de existência próprias, também se articulam entre si e são determinados por relações de poder institucionais. A codificação (produção) leva em conta a imagem que o meio faz do receptor e os códigos profissionais dos produtores (MATTELART & MATTELART, 1999, p. 109-110).

O estudo *The Nationwide Audience*, de David Morley, publicado em 1980, na Inglaterra, é considerado um marco inicial das pesquisas de audiência, uma tradição de investigação que viria a se consolidar como própria dos Estudos Culturais. Aos poucos, ganharam espaço as investigações que combinavam análise de texto com pesquisa de audiência. Começam os estudos de recepção dos meios massivos, especialmente, no que diz respeito aos programas televisivos (ESCOSTEGUY, 2001, p. 165).

Morley (1992, p. 32) contesta um dos postulados fundamentais da pesquisa britânica do início dos anos 70, o de que os efeitos ideológicos dos meios de comunicação podem ser deduzidos da análise da estrutura textual das mensagens, ao analisar as variações de decodificação manifestadas por 29 grupos de espectadores a um programa de televisão.

Cada um desses 29 grupos representava um meio socioeconômico diferente (em uma faixa que comporta empregados de banco, militantes sociais, técnicos em aprendizagem, estudantes). A meu ver, o principal interesse do estudo foi o de traduzir, sob uma forma operacional, o modelo “codificação-decodificação” da comunicação proposto por Hall.⁴

Ou seja, a análise textual correntemente realizada no âmbito dos Estudos Culturais passou a ser confrontada com o receptor empírico:

Ao longo dos últimos dez anos, as pesquisas sobre a televisão viram se multiplicarem os estudos de recepção, caracterizados por uma orientação hermenêutica (etnografias dos públicos, enquête sobre os processos interpretativos colocados em jogo pelos telespectadores), e, em ruptura aparente com as duas grandes tradições com as quais a história do campo se identificou por muito tempo: a pesquisa sobre os *efeitos* (das mensagens televisuais *sobre* o público); pesquisa sobre os *usos* (das mensagens televisivas *pelo* público) (DAYAN, 1992, p. 18)⁵.

⁴ Chacun de ces 29 groupes représentait un milieu socio-économique différent (dans un éventail qui comporte des employés de banque, des militants syndicaux, des techniciens en apprentissage, des étudiants). A mon avis, le principal intérêt de l'étude a été de traduire sous une forme opérationnelle, le modèle « encodage-décodage » de la communication proposé par Hall.

⁵ Au cours des dix dernières années, les recherches sur la télévision voient se multiplier des études sur la réception, caractérisées par une orientation herméneutique (ethnographies des publics, enquêtes sur les processus interprétatifs mis en jeu par les téléspectateurs), et ceci, en rupture apparente avec les deux grandes traditions auxquelles s'est longtemps identifiée l'histoire de ce champ: recherche sur les *effets* (des messages télévisuels *sur* le public); recherche sur les *usages* (des messages télévisuels *par* le public).

Entretanto, James Curran defende que os estudos de recepção não proporcionaram uma verdadeira descoberta do público como temática, pois este já era objeto de estudo dos pesquisadores norte-americanos desde os anos 40. Ele acredita que os estudos de recepção apenas retomaram a discussão. As pesquisas de recepção configurariam, desta forma, uma corrente revisionista, que estaria “reinventando a roda”:

Eis aí uma caricatura surpreendente, mesmo muitas vezes repetida, da história da pesquisa da comunicação, que pura e simplesmente elimina toda uma geração de pesquisadores. Ela apresenta como inovação aquilo que não é, na verdade, mais que um processo de redescoberta. Um tal mito tem também o efeito de ocultar as múltiplas linhas de sobreposição entre os pesquisadores da tradição pluralista e da ala da esquerda do novo revisionismo. É absolutamente insensato dizer que a pesquisa sobre os efeitos foi “dominada” pelo modelo hipodérmico. Bem ao contrário, sua principal preocupação desde os anos 40 era de afirmar a autonomia e a independência dos públicos das mídias, e de dissipar a noção largamente generalizada de que os receptores são facilmente influenciados. A pesquisa sobre os efeitos inventou muitas idéias agora reformuladas pela recente avalanche dos estudos sobre a recepção. Ela o fez, sem dúvida, com uma linguagem técnica diferente, e, por vezes, com menos sutileza (CURRAN, 1992, p. 56)⁶.

Curran (1992, p. 58-59) cita as pesquisas de Lazarsfeld, Berelson e Gaudet, de 1944, sobre a tendência do público de escolher os conteúdos midiáticos que reforçam suas opiniões e fugir daqueles que colocam suas crenças em questão; as pesquisas de Katz e Lazarsfeld sobre os grupos que, nos processos de mediação dos conteúdos da mídia, são capazes de bloquear, modificar ou reforçar as mensagens, em 1955; e os trabalhos de Levine e Murphy, em 1943, sobre como os grupos pró e anticomunistas faziam suas leituras da mídia esquecendo o que fosse contra sua visão de mundo. Com esses estudos, esses pesquisadores estariam antecipando os estudos de recepção, ao mostrar empiricamente a variedade de significados contidos em um texto, a capacidade criativa do receptor e a ligação entre as posições sociais e discursivas, de um lado, e as diferentes leituras que ocorrem.

⁶ Voici une caricature époustouflante, même si elle est très souvent répétée, de l'histoire de la recherche en communication. Elle élimine purement et simplement toute une génération de chercheurs. Elle présente comme innovation ce qui n'est en réalité qu'un processus de redécouverte. Un tel mythe a aussi pour effet d'occulter les multiples lignes de recoupement entre les recherches de la tradition pluraliste et l'aile gauche du nouveau révisionnisme. Il est tout à fait insensé de dire que la recherche sur les effets ait été « dominée » par le modèle hypodermique. Bien au contraire, son souci principal depuis les années 40 était d'affirmer l'indépendance et l'autonomie des publics des médias, et de dissiper la notion largement répandue selon laquelle les récepteurs sont facilement influencés. La recherche sur les effets a inventé bien des idées maintenant reformulées dans l'avalanche récente d'études sur la réception. Elle l'a, certes, fait dans un langage technique différent, et, parfois avec moins de subtilité.

Apesar de apontar avanços obtidos pelas pesquisas de recepção, como o reconhecimento de que o público é um produtor ativo de significação no processo de Comunicação, Curran acredita que esses estudos também foram responsáveis por alguns retrocessos:

Dito isso, existe um nível onde a abordagem revisionista representa um real progresso. Ela dá efetivamente melhor conta da realidade do texto, propondo uma compreensão mais rica e mais completa do processo interdiscursivo ligado à recepção do público e, sobretudo, ela substitui isso em um contexto sociológico mais preciso. Mas de um outro lado, ela representa igualmente um recuo: ela se mostra reticente em quantificar, ela freqüentemente fica muito nas discussões de grupo e, desse fato, não conseguem chegar de maneira adequada às diferenças individuais e mais geralmente, às diferenças internas dos grupos. Além disso, ela se repousa sobre o conceito de decodificação que certos pesquisadores, dentro da tradição dos efeitos, decompueram mais utilmente de maneira analítica distinguindo atenção, compreensão, aceitação e retenção (CURRAN, 1992, p. 59).⁷

Mas David Morley (1992, p. 36) defende que as pesquisas sobre os efeitos que enfatizavam o contexto, citadas por Curran como as que a onda “revisionista” ignora, não poderiam ter vindo à tona sem a “onda revisionista”. Foi preciso uma transformação na visão dos pesquisadores do público sobre o campo e da percepção sobre as pessoas e os trabalhos significativos para a história da área:

Somente uma transformação como essa permitiria a Curran reler a história da pesquisa em comunicação e colocar em evidência aqueles cujo trabalho parece, agora, com um recuo no tempo, oferecer a prefiguração da perspectiva “revisionista”. Eu insisto: isso é porque as análises “revisionistas” deram seus frutos, que os trabalhos mais antigos se revelaram significativos. A maior parte desses trabalhos era, em seu tempo, marginais (MORLEY, 1992, p. 37)⁸.

⁷ Ceci dit, il existe un niveau où l'approche révisionniste représente un réel progrès. Elle rend effectivement mieux compte de la réalité du texte, propose une compréhension beaucoup plus riche et plus complète des processus interdiscursifs liés à la réception du public et, surtout, elle replace ceux-ci dans un contexte sociologique plus précis. Mais, d'un autre côté, elle représente également un recul : elle se montre réticente à quantifier, elle repose trop souvent sur des discussions de groupe et, de ce fait, ne parvient pas à dégager de façon adéquate les différences individuelles et, plus généralement, les différences internes au groupe. De plus, elle repose sur le concept flou de « décodage » que certains chercheurs, dans la tradition des effets, ont plus utilement décomposé de manière analytique en distinguant attention, compréhension, acceptation et rétention.

⁸ Seule une telle transformation permet à Curran de relire l'histoire de la recherche en communication et d'y mettre en vedette ceux dont le travail semble, maintenant, avec le recul du temps, offrir la préfiguration de la perspective « révisionniste ». J'insiste : c'est parce que les analyses « révisionnistes » ont porté leurs fruits, que des travaux plus anciens se révèlent significatifs. La plupart de ces travaux étaient, de leur temps, marginaux.

Nilda Jacks e Ana Carolina Escosteguy (2005, p. 103) lembram que o debate entre Curran e Morley é importante, embora não esteja mais na agenda atual da reflexão internacional.

Na década de 90, Klaus Bruhn Jensen & Karl Erik Rosengren (1992, p. 282) elaboraram uma classificação que divide a pesquisa sobre a articulação entre os meios de comunicação e seus públicos em cinco tradições:

1. pesquisa sobre os efeitos
2. Usos e Gratificações (*U&G*)
3. análise literária (*Literary Criticism*)
4. abordagem culturalista (*Cultural Studies*)
5. análises de recepção

As tradições são divididas do ponto de vista teórico-metodológico em dois grupos. O primeiro é o que possui afinidade com as “ciências sociais”, se referindo a abordagens psicológicas, psicossociais e sociológicas mais gerais. A pesquisa sobre os efeitos e de Usos e Gratificações estão classificadas neste grupo. O segundo grupo tem afinidade com os estudos literários e é representado pelas tradições de análise textual e pela abordagem culturalista. Nesse caso, os discursos dos meios de comunicação adquirem significações específicas para os receptores colocados em contextos sociais particulares (JENSEN & ROSENGREN, 1992, p. 287).

Da mesma forma que com as teorias, há dois métodos, dois modos de análise. Do lado das ciências sociais, há um esforço para definir categorias de análise explicitamente operatórias. Tenta-se limitar ao máximo o papel do pesquisador na coleta de resultados. Na tradição literária, ao contrário, se afirma que nenhuma distinção pode ser feita entre a coleta e a análise e interpretação dos dados. A atividade do pesquisador é considerada determinante (*idem*, p. 291-292).

Como as duas primeiras tradições já foram discutidas anteriormente, vamos nos ater às definições de Jensen & Rosengren para as três últimas categorias.

A análise literária se dedicou principalmente às interpretações dos textos para determinar os efeitos destes sobre os leitores, sem, contudo, dar ênfase às investigações empíricas. Os efeitos são considerados como adquiridos, aprendidos pelo leitor (JENSEN & ROSENGREN, 1992, p. 284-285). São três as principais concepções de audiência:

Nos estudos literários atuais, se pode distinguir três concepções da audiência. Primeiro, aumentando o quadro histórico de análise do papel do

leitor, a estética da recepção – em particular a escola alemã – estudou as transferências e transformações históricas de temas literários, mas também as condições de compreensão da literatura (Iser, 1970; Jauss, 1970; Holub, 1984). Então, um interesse similar pelo aspecto “micro” da interação entre texto e leitor se manifestou em uma variedade de outras abordagens recolhidas sob a denominação de “reader-respondes theory” (Fish, 1980; Suleiman e Crosman, 1980; Tompkins, 1980). Finalmente, depois dos últimas décadas, os estudos empíricos sobre a recepção da literatura se multiplicaram em uma orientação sociológica ou psicológica na Europa e nos Estados Unidos (*idem*, p. 285)⁹.

A maioria dos estudos se debruça sobre os textos literários, as obras. Assim como em parte da pesquisa de efeitos, o sentido é considerado como estrutura imanente do conteúdo. O leitor implícito é uma construção crítica que se pode deduzir de uma tradição ou de um discurso literário. O sistema social em que a literatura é produzida é um quadro abstrato, mesmo que se pesquise a interpretação de leitores empíricos (*idem*, p. 289).

Já a abordagem culturalista é definida por Jensen & Rosengren (1992, p. 285-286) como a tradição que analisa o processo de comunicação de massa como um aspecto das “práticas” cotidianas. “Práticas” entendidas, de acordo com Raymond Williams, como as atividades sociais significantes. O objeto de pesquisa da comunicação de massa passa a se situar, para os culturalistas, além dos meios de comunicação de massa, os quais se referem, assim como o seu público, às práticas sociais e culturais mais amplas. Essa corrente levanta questões simultaneamente teóricas e políticas sobre o público.

Os trabalhos de abordagem culturalista privilegiam também o nível da mensagem, o do “discurso” oferecido à comunicação. Compartilha com a análise literária um interesse grande pelas questões de gênero, pelas questões implícitas que esses gêneros passam aos leitores e pelos usos sociais decorrentes. Ao contrário da análise literária que privilegia a cultura dita erudita, os Estudos Culturais trabalham também com a cultura popular. Além disso, a maioria das pesquisas desenvolvidas

⁹ Dans les études littéraires actuelles, on peut distinguer trois conceptions de l'audience. D'abord, en élargissant le cadre historique de l'analyse du rôle du lecteur, l'esthétique de la réception – en particulier celle de l'école allemande – a étudié les transferts et les transformations historiques de thèmes littéraires, mais aussi les conditions de compréhension de la littérature (Iser, 1970 ; Jauss, 1970 ; Holub, 1984). Ensuite, un intérêt similaire pour l'aspect « micro » de l'interaction entre le texte et le lecteur s'est manifesté dans une variété d'autres approches rassemblées sous la dénomination de « *reader-response theory* » (Fish, 1980 ; Suleiman et Crosman, 1980 ; Tompkins, 1980). Enfin, depuis les dernières décennies, les études empiriques sur la réception de la littérature se sont multipliées dans une orientation sociologique ou psychologique en Europe et aux Etats-Unis.

pelos culturalistas não faz observações empíricas do público, assim como as análises literárias, mas são ricas em referências ao contexto social e histórico (*idem*, p. 290).

Os estudos de recepção propriamente ditos são considerados a manifestação mais recente dos estudos sobre a audiência. Eles surgem das lacunas dos estudos literários e das pesquisas de base sociológica. De um lado, criticam a pertinência das análises de conteúdo feitas pela corrente literária. Por outro, questionam os métodos de pesquisa empírica das ciências sociais. Como dizem Jensen & Rosengren:

Assim, as análises de recepção desenvolvem aquilo que talvez se possa considerar como um estudo dos públicos e de seus conteúdos (uma análise de conteúdos pelo público) a partir de dados às vezes qualitativos e empíricos. Produzindo os dados empíricos sobre o público, através de observações intensivas e de entrevistas, elas utilizam métodos qualitativos quando comparam dados sobre o público e sobre o conteúdo. O objetivo imediato é apreender o próprio processo de recepção, antes de ver em que isso afete os usos e os efeitos dos conteúdos mediáticos (1992, p. 287) ¹⁰.

O quadro teórico das pesquisas de recepção é formado pelas tradições literárias e das ciências sociais. Esses estudos compartilham com os culturalistas a visão de que as mensagens são discursos referentes a códigos genéricos e culturais. O público também é visto de maneira semelhante, como produtores de sentido. Como a tradição dos Usos e Gratificações, os estudos de recepção consideram os receptores como ativos. Além disso, se caracterizam, sobretudo, por tentar comparações empíricas entre o discurso dos meios de comunicação e o do público, entre a estrutura dos conteúdos e a resposta do público a esses conteúdos. Os resultados dessas comparações são interpretados com referência ao sistema sociocultural, sistema que é uma configuração histórica de práticas sociais, de contextos de uso e de comunidades de interpretação (*idem*, p. 290).

Jensen & Rosengren (*idem*, p. 294-295) falam também que, do ponto de vista metodológico, os estudos de recepção aproveitam o método de análise com interpretação dos estudos literários, mas tratando a comunicação e o processo cultural como os culturalistas, ou seja, como discursos situados socialmente. Assim, os estudos de recepção partem de uma leitura comparativa dos discursos dos meios de comunicação e os do público, usando técnicas como entrevista em profundidade e

¹⁰ Ainsi, les analyses de réception développent-elles ce qui peut être considéré comme une étude des publics et des contenus (une analyse des contenus par le public) à partir de données à la fois qualitatives et empiriques. Tout en produisant des données empiriques sur le public, par des observations intensives et des entretiens, elles font appel à des méthodes qualitatives lorsqu'il s'agit de comparer celles des données qui portent sur les publics et celles qui portent sur les contenus. Leur objectif immédiat est d'appréhender le processus de réception lui-même, avant de voir en quoi il affecte les usages et les effets des contenus médiatiques.

observação participante para pesquisar o que diz o público e, assim, comparar com os conteúdos difundidos para mostrar como os gêneros e temas podem ser assimilados pelos públicos específicos. Ao considerarem o contexto social e o papel das instituições políticas e culturais, os estudos de recepção mostram como o público participa de uma produção social de sentido.

Em termos geográficos, as análises da recepção se inscrevem dentro do contexto cultural da Europa e dos Estados Unidos. Mas não se limitam a esses locais (LIEBES ET KATZ; LINDLOF; LULL *apud* JENSEN & ROSENGREN, 1992, p. 286). Como vamos discutir a seguir, as análises de recepção também ganharam importância em toda a América Latina.

A pesquisa latino-americana de recepção

A propósito da denominação estudos latino-americanos de recepção, Jacks & Escosteguy (2005, p. 54) dizem que essa é a “denominação corrente no subcontinente, a qual não se detém nas distintas clivagens teóricas, diferentemente do plano internacional onde toda a gama de investigações de tal problemática pode ser chamada de pesquisa de audiência”.

Florencia Saintout (1998, p. 50) fala em três momentos dos estudos de recepção no continente, enfatizando a coexistência entre eles e sem que a classificação signifique uma cronologia de superação entre esses momentos:

Estos tres momentos son: el primero, que tiene que ver con la emergencia de las principales rupturas con la idea de un receptor definido desde el modelo lasswelliano, y con la emergencia de un receptor-productor de sentido, de que en algunos tratamientos queda liberado de todo tipo de constricciones y esto se denuncia por múltiples vías; el segundo, donde se atienden las denuncias de la “sobrelibertad” de los receptores con nuevos planteamientos teóricos metodológicos, y se incorporan las reflexiones posmodernas en torno a la dispersión de los sentidos en la cultura; y finalmente, ya en plenos '90, donde desde el corrimiento casi absoluto de la política al mercado, reaparece una versión aún más desfigurada de la libertad del receptor.

Para situar o desenvolvimento da pesquisa de recepção na América Latina é importante retomar um pouco do contexto histórico em que se situam esses pesquisadores. Como diz Christa Berger (2001, p. 241): “São demandas políticas e sociais, mais do que inquietações científicas, o que impulsiona a produção de conhecimento em comunicação na América Latina”. Ou seja, para se deter sobre o desenvolvimento dos estudos de comunicação no continente, é preciso levar em conta as relações entre estes e o contexto da época.

No contexto do continente latino-americano, a década de 80 era um momento de reconfiguração, com o ressurgimento da democracia. A teoria da dependência foi abandonada e em seu lugar ganhou corpo a reflexão sobre as relações entre comunicação e cultura. Várias condições internas e externas ao campo científico criaram o cenário apropriado para o início da discussão latino-americana. As perspectivas teóricas da época não eram consideradas suficientes para dar conta das novas circunstâncias sociopolíticas e culturais que estavam surgindo. Guillermo Orozco (*apud* JACKS, ESCOSTEGUY, 2005, p. 54) diz que os estudos de recepção latino-americanos surgiram de um movimento pela “desideologização dos estudos em comunicação, principalmente na emergente corrente de estudos empíricos onde se recupera o papel do sujeito nas suas múltiplas relações com os diferentes meios de comunicação”.

Ao mesmo tempo, a pesquisa deslocava-se do marxismo determinista, para passar a levar em conta o conceito de hegemonia de Gramsci:

Si em los años anteriores, atravesado por lecturas marxistas, el poder se “dividia” en dos, uno coaccionando sobre el outro, ahora la lógica de las investigaciones sobre recepción desplazará el acento desde la dominación hacia la hegemonía. Es decir, que el acento se traslada desde la imposición a la negociación, al reconocimiento, a la dominación desde adentro. Son los planteos hechos desde las llamadas teorías de la recepción los que en el campo de la comunicación en América Latina llevan adelante estas rupturas, posibilitando complejizar la mirada de los procesos de comunicación/cultura (SAINTOUT, 1998, p. 153).

De acordo com Jesús Martín-Barbero (1987, p. 112), um dos maiores expoentes dessa tendência na América Latina, o conceito de hegemonia permite:

(...) pensar o processo de dominação social já não como imposição a partir de um *exterior* e sem *sujeitos*, mas como um processo no qual uma classe hegemônica, na medida em que representa interesses que também reconhecem de alguma maneira como seus as classes subalternas.

Portanto, é despertado entre os pesquisadores de comunicação também, nesse momento, o interesse pela cultura popular:

A esquerda acadêmica, em crise política e teórica, abraçou com entusiasmo esta “outra” comunicação, protagonizada pelas classes subalternas, buscando, através dela, a possibilidade de se transformar no intelectual orgânico descrito por Gramsci que começava substituir as referências a Frankfurt, ocorrendo, posteriormente, o mesmo fenômeno de esvaziamento da teoria pela apropriação superficial e mecanicista. A pesquisa-denúncia dos anos 70 foi sendo substituída pela pesquisa-ação, nos anos 80, uma perspectiva não só comprometida como também militante para o trabalho acadêmico (BERGER, 2001, p. 263).

Christa Berger (2001, p. 264) afirma, no entanto, que o fato da comunicação popular ter se tornado objeto de estudo não quer dizer que ela não tenha tido existência anterior a esse interesse por parte dos pesquisadores. Na verdade, o contexto social levou a isso. As organizações políticas estavam revendo as lutas populares ao mesmo tempo que os estudiosos da comunicação passavam a dar ênfase ao papel do receptor. Este não era mais apenas passivo e manipulável, mas, sim, um receptor crítico.

O contexto, as interações, os sujeitos e, logo, os estudos de recepção ganharam o primeiro plano das investigações sobre a comunicação (JACKS & ESCOSTEGUY, 2005, p. 56). Como diz Martín-Barbero:

Assim, a comunicação se tornou para nós questão de *mediações* mais que de meios, questão de *cultura* e, portanto, não só de conhecimento mas de reconhecimento. Um reconhecimento que foi, de início, operação de deslocamento metodológico para rever o processo inteiro da comunicação a partir de seu *outro* lado, o da recepção, o das resistências que aí têm seu lugar, o da apropriação a partir de seus usos (1987, p. 28).

No início dos anos 90, faziam-se necessárias novas proposições teórico-metodológicas. Martín-Barbero (*apud* BERGER, 2001, p. 267) fala que os pesquisadores estavam em um processo de construção de um novo modelo de análise, no qual a cultura teria o papel de mediação social e teórica da comunicação com o popular, com a vida cotidiana e os meios. Como diz Berger:

A perspectiva que vai, então, se afirmando entre os pesquisadores é: a comunicação deve ser tratada no cenário da *cultura*, que na América Latina encontra eco na sua formação *híbrida*, que propicia múltiplas *mediações* na *recepção* das mensagens. Neste enunciado estão postas as palavras-chave que nomeiam as preocupações que dão a identidade da pesquisa nos anos 90 e que vão sendo atualizadas pelos pesquisadores de referência (2001, p. 268).

De acordo com classificação proposta por Nilda Jacks (*apud* JACKS & ESCOSTEGUY, 2005, p. 57), as principais correntes e/ou modelos teórico-metodológicos que se concentram nas práticas simbólicas dos indivíduos em contato com os meios são: consumo cultural, frentes culturais, recepção ativa, uso social dos meios e modelo das multimediasções. A proposta coincide em boa parte com a classificação proposta por Florencia Saintout, na obra *Los Estudios de Recepción en América Latina*, de 1998. Esta autora cita:

(...) algunos investigadores del continente, aquellos que han funcionado como “investigadores faro”, es decir, que han dejado señas sobre las prácticas de otros investigadores que asumieron sus puntos de vista.

Aquellos que de alguna manera han marcado pautas, modos de hacer y de pensar la comunicación/recepción (SAINTOUT, 1998, p. 18).

Consumo cultural

Entre as décadas de 70 e 80, Néstor García Canclini realiza uma investigação sobre as culturais populares no México. O resultado dessa investigação é a obra *Las culturas populares en el capitalismo*, publicada em 1980, na qual o autor trabalha as formas complexas de apropriação dos bens simbólicos nessas culturas (SAINTOUT, 1998, p. 111).

Mas a contribuição que mais repercute junto aos estudos que enfocam a audiência é o livro *Culturas híbridas – Estratégias para entrar y salir de la modernidad*, de 1989. Sobre o mais importante conceito proposto, dizem Jacks & Escosteguy:

Em relação a hibridez cultural, pode-se dizer sinteticamente que é um conceito que não adquire sentido isoladamente, somente articulado a um conjunto maior, em que modernidade e modernização são dois deles. Do ponto de vista da produção, sugere a existência de uma fluida interconexão entre culto, popular e massivo. Do ponto de vista do consumo, indica uma combinação de lógicas que tanto vem do mercado, quanto do(s) público(s) (2005, p. 60).

A respeito do mesmo conceito, diz Florencia Saintout:

Este concepto de lo híbrido (que no adquire sentido por sí solo, sino en una constelación de conceptos como modernidad-modernización-modernismo; diferencia-desigualdad; heterogeneidad multitemporal; reconversión) permite pensar los consumos desiguales de los bienes de la modernidad, como también aquellos que son fecundos (1998, p. 112).

Canclini (*apud* SAINTOUT, 1998, p. 113) entende que o consumo cultural é mais complexo que a relação entre meios manipuladores e audiências apáticas. Segundo ele, a comunicação não é eficaz se não inclui também interações de colaboração e trocas entre os meios e os público. Contrariando o sentido de passividade que o conceito de consumo tem para muitos, Canclini considera que durante o ato de consumir ocorrem movimentos de assimilação, rejeição, negociação e alteração de função daquilo que os emissores propõem.

Além disso, o consumo envolveria várias racionalidades, necessárias para explicar os aspectos do consumo, sendo que nenhuma delas seria suficiente para explicá-lo isoladamente. São elas: racionalidade econômica; sociopolítica interativa;

simbólica e estética; integrativa e comunicativa; racionalidade do desejo; e uma racionalidade pós-moderna (SAINTOUT, 1998, p. 114-115).

Frentes culturais

A proposta de frentes culturais é um modelo analítico desenvolvido pelo mexicano Jorge González. O autor se define como “híbrido”, por sua formação em comunicação e sociologia, trabalhando a cultura popular e manifestando uma preocupação constante com um estilo literário em seus textos (SAINTOUT, 1998, p. 119).

Desde 1982, as frentes culturais foram ferramentas teórico-metodológicas para abordar empiricamente os modos históricos, estruturais e cotidianos nos quais se constroem relações de hegemonia em uma determinada sociedade (*idem*, p. 120). Apesar de ser considerada polissêmica por González, a proposta tem dois significados principais: a) frentes como zonas fronteiriças (porosas e móveis) entre culturas de classe e grupos socialmente diferentes; b) frentes como frentes de batalha, arenas de lutas culturais entre participantes com recursos desnivelados (*idem*, p. 121).

Embora a proposta do autor seja mais ampla que o estudo das audiências, ela repercute na procura por uma definição ou redefinição das audiências, em relação a suas identidades socioculturais diante da cultura massiva (JACKS & ESCOSTEGUY, 2005, p. 62). O pressuposto que seria importante para o estudo das audiências diz que:

(...) todo texto ou discurso especializado que emana dos campos nunca é recebido por indivíduos isolados, porque estes sempre estão inseridos nas diversas redes ideológicas que constituem as formas elementares de convivência social, em cujo seio se gera, se digere, se desconstrói, se recicla e se reconstrói o discurso dos campos, todos os dias, dia após dia (GONZÁLEZ *apud* JACKS, ESCOSTEGUY, 2005, p. 62).

Entre os objetos de estudo estão as telenovelas, trabalhadas por Jorge González desde 1985 até 1992. Para ele, o melodrama televisivo latino-americano é o ponto de convergência da coletiva ligada às representações dramáticas e que passa pela variada experiência cultural mexicana (*apud* SAINTOUT, 1998, p. 123).

Em termos de recepção, González propõe duas táticas complementares. A primeira delas é “extensiva para identificar os traços sociodemográficos (quem, quantos, onde, quais, etc)” e outra é “intensiva para conhecer com maior densidade os processos de leitura social na vida cotidiana, razão pela qual o núcleo de estudo é a família” (JACKS & ESCOSTEGUY, 2005, p. 63).

Recepção ativa

Jacks & Escosteguy (2005, p. 63) falam que a proposta da recepção ativa foi desenvolvida pelo Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística, o CENECA, criado em 1977. O centro faz parte do Programa de Educación para la Recepción Activa de la Televisión, criado em 1982, por causa da preocupação com a influência dos interesses comerciais na televisão do Chile. Ainda de acordo com as autoras:

Os deslocamentos teóricos realizados pelos pesquisadores do CENECA iluminaram zonas opacas do fenômeno da recepção e colocaram em dúvida o poder onipotente e monolítico da TV. Rechaçaram a visão do receptor como “recipiente” e do contexto como conjunto de variáveis intervinientes, pois entenderam que a recepção e a influência cultural da televisão precisam ser historicizadas e que a recepção é um processo construtivo, dialético e conflitivo (*idem*, p. 64).

Valério Fuenzalida, um dos pesquisadores do programa, fala (*apud* SAINTOUT, 1998, p. 143) dos objetivos da recepção crítica:

algunos casos formar receptores más selectivos ante la programación televisiva; en otras ocasiones se pretende manejar las máquinas productoras para desmitificar la tecnología; en otros casos se desea reforzar ciertos valores considerados positivos, y reconocer concientemente contenidos televisivos indeseables, o alienadores social y culturalmente.

Ou seja, a metodologia proposta visa não só ser um instrumento para captar a relação entre o receptor e as mensagens televisivas, mas também intervir pedagogicamente para a construção de uma atitude de reflexão frente aos meios e as mensagens. A proposta recebeu críticas pelo fato da pesquisa ser feita longe da situação de recepção normal, uma vez que o objetivo principal era a educação da audiência, daí a utilização de oficinas práticas para realizar a pesquisa (JACKS & ESCOSTEGUY, 2005, p. 65).

Uso social dos meios

É uma concepção elaborada por Jesús Martín-Barbero para compreender a relação entre receptores e meios, e que vai constituir-se em um possível desenvolvimento de sua formulação considerada maior, a perspectiva das mediações. O autor criticou o *mediacentrismo* ao qual se vinculam os estudos de comunicação e propôs uma nova abordagem do processo comunicativo: o receptor produz sentidos e o cotidiano é o espaço primordial da pesquisa (JACKS & ESCOSTEGUY, 2005, p. 65-66).

Florencia Saintout (1998, p. 76-77) explica que Martín-Barbero:

plantea la inadecuación del modelo mediocéntrico e instrumental para entender la comunicación. Así encabeza una ruptura fundamental en el campo de la comunicación del continente: *el desplazamiento de una teoría centrada en los medios hacia las mediaciones culturales*; de la determinante tecnológica a la cultura.

A comunicação passa a ter o sentido de práticas sociais. E para captar as experiências culturais onde elas se tornam concretas é preciso estudar as mediações, que devem ser entendidas como “uma forma de fugir da razão dualista, superando a bipolaridade ou a dicotomia entre produção e consumo, ou ainda, entre as lógicas da produção e a lógica dos usos (JACKS & ESCOSTEGUY, 2005, p. 66)”. Como diz Florencia Saintout (1998, p. 83), sobre as mediações e a TV, Barbero:

Explica que em lugar de hacer partir la investigación del análisis de las lógicas de la producción y la recepción, para después buscar sus relaciones, hay que partir de las mediaciones, esto es, de los lugares de los que provienen las constricciones que delimitan y configuran la materialidad social y la competencia cultural.

Martín-Barbero propõe, então, três lugares para entender a televisão a partir das mediações: a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural.

A proposta apresentada por Martín-Barbero em 1987 foi sendo reformulada pelo próprio autor, nos anos seguintes: 1990, 1998 e 1999. Em termos metodológicos, a proposta das mediações impõem a superação da separação rígida entre as disciplinas científicas e da pesquisa centrada nos meios (JACKS & ESCOSTEGUY, 2005, p. 68).

Modelo das multimediasções

Em 1985, Guillermo Orozco começa a explorar os processos de assistir à televisão, que ele chamará depois de “televidencia”, com uma perspectiva de análise baseada no modelo das multimediasções, originado na tentativa de criar uma metodologia capaz de aplicar a teoria das mediações de Martín-Barbero ao nível empírico (SAINTOUT, 1998, p. 129). O modelo das multimediasções, também conhecido como enfoque integral da audiência, propõe entender “como se realiza a interação entre televisão e audiência (JACKS & ESCOSTEGUY, 2005, p. 68)”.

Para Orozco, a pesquisa em recepção, de modo geral, é um esforço para compreender o que fazem os membros da audiência com os meios de comunicação e com as mensagens com que interagem; e o papel que tem a cultura e as instituições sociais na mediação dos processos de recepção (SAINTOUT, 1998, p. 130). Os receptores são considerados como sujeitos em mutação e que dão sentido ao mundo e a sua vida.

Por isso mesmo, capazes de inconsistências e contradições. Eles não são vítimas dos meios, nem receptores de uma mesma maneira por toda a vida. Ao contrário, eles próprios vão se constituindo em sua interação com o mundo (*idem*, p. 132).

Para se chegar a um enfoque integral da audiência, é preciso considerar a audiência como um conjunto de sujeitos, constituída por processos variados. “Trata-se de considerar, portanto, a recepção um processo, resultante da interação receptor/televisão/mediações, em que as últimas entram no jogo contínuo do ato de ver TV, mas que ao mesmo tempo o extrapolam (JACKS & ESCOSTEGUY, 2005, p. 69)”. Sendo que o receptor realiza mediações individuais e a própria TV também é considerada uma mediação.

A partir dessa operacionalização do conceito de mediação de Martín-Barbero, que tem como objetivo permitir que os pesquisadores possam identificar os elementos que estão ajustando de maneira específica o ato de ver televisão e a produção comunicativa da audiência (SAINTOUT, 1998, p. 134), Orozco propõe a existência das seguintes multimediações: a) mediação videotecnológica; b) mediação cognitiva; c) mediação situacional; d) mediação institucional; e) mediação de referência (*idem*, p. 135-136).

O pesquisador optou por substituir em suas pesquisas o termo espectador por “televidente”. Florência Saintout (1998, p. 132) explica o objetivo da preferência:

Orozco Gomes ha trabajado la noción de televidente en lugar de espectador justamente para romper con la idea de una audiencia pasiva, receptora, meramente espectadora. Pero además, su noción de televidencia también connota la idea de “evidenciar” los procesos de ver televisión, para si poder elaborar estrategias de democratización de los mismos.

Dentro de seu objetivo de promover a educação para a recepção, Orozco propõe uma estratégia teórico-metodológica que, desde um trabalho pedagógico, permita vincular a pesquisa da audiência, a qual se transformaria em um conjunto de ferramentas, com a educação da audiência. Para ele, as duas tendências de trabalho devem ser confluentes e ser realizadas cada vez mais juntas (SAINTOUT, 1998, p. 138).

Repercussões na América Latina

A classificação proposta por Jacks não contempla todas as correntes e propostas que foram desenvolvidas na América Latina, como observam Jacks & Escosteguy (2005, p.71). As correntes do consumo cultural e das frentes culturais não são atualmente consideradas como referenciais teórico-metodológicos para a análise da

recepção. Já a recepção ativa e o enfoque integral das audiências buscam articular educação com os meios e os estudos de audiência, ou seja, visam à pesquisa para gerar conhecimento, mas também a intervir para “educar” os receptores. O modelo das multimediasções se consolidou como referencial para a aplicação da teoria das mediações no campo da comunicação, mas as autoras apontam que há um descompasso entre as duas perspectivas teóricas. Sobre as formulações de Martín-Barbero, Jacks & Escosteguy dizem:

(...) as formulações de Martín-Barbero repercutiram como o principal influxo que destravou um questionamento das teorias dominantes na pesquisa latino-americana em comunicação, em especial a partir de meados dos 80, renovando e fertilizando o terreno da pesquisa de recepção (2005, p. 72).

As formulações de Jesús Martín-Barbero foram as que mais repercutiram no Brasil. Este autor está entre os mais utilizados pelos pesquisadores brasileiros de recepção, ao lado de Guillermo Orozco Gómez e Néstor García Canclini, de acordo com pesquisa de Escosteguy & Jacks, como veremos a seguir.

1.2 A pesquisa de recepção no Brasil e a influência dos Estudos Culturais Latino-Americanos

No Brasil, existe uma escassa bibliografia apontando o estado-da-arte da pesquisa sobre a recepção. A partir dos anos 80, cresce o interesse por esses estudos, mas ainda com pouca ou nenhuma reflexão teórica a respeito. Só no final da década e a partir dos anos 90 é que a investigação vai seguir as principais tendências da América Latina, com Jesús Martín-Barbero e Néstor García Canclini. Como dizem Jacks & Escosteguy:

Os pressupostos barberianos, até o final da década de 1980, não tiveram influência determinante nas pesquisas realizadas no Brasil, certamente porque seu trabalho seminal foi publicado em 1987 e porque seus artigos circulavam de modo restrito, sobretudo no âmbito de congressos e seminários da área (2005, p. 87).

O espanhol Jesús Martín-Barbero vive atualmente na Colômbia e é considerado um dos mais importantes teóricos da comunicação e da cultura na América Latina. A importância de sua obra está relacionada com sua análise dos fenômenos comunicacionais e culturais da contemporaneidade considerada renovadora por Maria Immacolata Vassalo de Lopes (prefácio a MARTÍN-BARBEIRO; REY, 2004, p. 09). No Brasil, o pesquisador influenciou e continua influenciando a maioria dos estudos de recepção realizados nas pesquisas recentes.

Visando delimitar os estudos de recepção, as pesquisadoras Nilda Jacks e Ana Carolina Escosteguy (2005, p. 79) empregam a designação “práticas de recepção midiática”:

Utilizamos a designação práticas de recepção midiática, já assumida de maneira particular por Mauro Wilton Sousa (1997, 1998), para indicar o interesse pelos receptores de um modo geral, pois a expressão é pertinente para abarcar uma diversidade de experiências. Alerta-se, contudo, que é apenas denominativa, sem sinalizar uma aproximação conceitual. Diferentemente, do que ocorre na América Latina, aqui estamos reservando o termo recepção para apenas um tratamento específico dessa problemática.

Em um esforço de delimitação, procuram explicitar este determinado ponto da problemática, o qual diria:

(...) respeito à relação das pessoas com meios ou veículos de comunicação, com programas, gêneros, mensagens ou momentos particulares, abarcando a complexa configuração de elementos e fatores que caracterizam o fenômeno como um todo (*idem*, p 15).

A partir das colocações das autoras, sobre a questão de uma definição para a recepção, duas observações devem ser feitas. Primeiramente, que o conceito de recepção não parece estar colocado de forma clara na literatura específica. Também devemos ter em conta que, embora a pesquisa se desenvolva a partir de tradições teóricas semelhantes, ou seja, os Estudos Culturais, as autoras apontam que há diferenças significativas entre a designação adotada no Brasil e na América Latina.

Nesse sentido, a indefinição de um conceito tão fundamental, imediatamente nos coloca uma série de problemas: Qual é exatamente a definição de *recepção* para os Estudos Culturais Latino-Americanos, tradição usada como referencial pelos pesquisadores da área? Aliás, qual a inserção destes estudos na área de Comunicação? A resposta a estes problemas é uma etapa necessária para esclarecer a relação entre os estudos de recepção e os Estudos Culturais. Isto permitiria, por exemplo, avaliar se os Estudos Culturais são ou não apenas uma das possibilidades teóricas para se estudar a recepção. Ou se o próprio fenômeno da recepção seria indissociável dos Estudos Culturais. Ou seja, qual seria o grau de dependência entre os Estudos Culturais e os estudos de recepção.

Estágio da pesquisa brasileira de recepção

A discussão epistemológica na pesquisa em Comunicação ainda está em estágio de desenvolvimento. Da mesma forma, a reflexão teórica e metodológica sobre a recepção ainda se encontra incipiente no campo. Alguns fatores levaram a essa

observação: poucas pesquisas se dedicam a essa discussão, não muitas obras são encontradas sobre o tema, muito poucas publicações se propõem à crítica das pesquisas de recepção e suas teorias e métodos.

Em uma breve análise no Banco de Teses da Capes, centrada nos anos de 2005 e 2006, foi encontrada uma única tese que, de acordo com o resumo elaborado pelo autor, se propõem a discutir como objetivo principal a perspectiva teórica da recepção. A pesquisa utilizou os seguintes indexadores no campo “assunto”: “Comunicação” e “recepção”, dando-se preferência pelas teses ou dissertações em que os dois aparecessem.

O trabalho de Margaret de Oliveira Guimarães: “O cotidiano e a cultura: mediações em que se tece o sentido”, defendido em setembro de 2006, na Universidade de São Paulo, é a única tese defendida no período em que o resumo elaborado pelo autor do trabalho demonstra que a principal preocupação é com a discussão teórica sobre os Estudos Culturais. Os outros trabalhos encontrados são estudos prioritariamente aplicados, como pode ser exemplificado na tabela abaixo, que ilustra trechos de resumos publicados de 2005 a 2006 no Banco de Teses e Dissertações da Capes:

	Tese ou dissertação	Trecho extraído do resumo
1.	Título: O FENÔMENO RÁDIO MULHER: COMUNICAÇÃO E GÊNERO NAS ONDAS DO RÁDIO. Autor: Ana Maria da Conceição Veloso. Data: 01/04/2005	“Trata-se de um estudo inédito de recepção dos conteúdos veiculados pelo programa Rádio Mulher, produzido e apresentado por mulheres organizadas da região, em parceria com a ONG Centro das Mulheres do Cabo, que vem se consolidando como um aliado na divulgação do discurso feminista pela igualdade nas relações de gênero em um contexto machista e patriarcal.”
2.	Título:LUZ, CÂMERA, RECEPTOR... O RECEPTOR VISADO NAS ESTRATÉGIAS DE CONSTRUÇÃO DO VÍDEO PUBLICITÁRIO. Autor: Aulo Zimar de Azevedo. Data: 01/12/2005	“Este trabalho fundamentou-se na Teoria da Estética da recepção, com destaque para a recepção de Wolfgang Iser e a pós-recepção de Hans Robert Jauss, buscando formar uma intertextualidade entre os pressupostos teóricos e as técnicas de produção para uma peça de comunicação televisiva, objetivando uma ampla inclusão do receptor no processo de construção do vídeo.”
3.	Título: TIPOGRAFIA POPULAR: POTÊNCIAS DO ILEGÍVEL NA EXPERIÊNCIA DO COTIDIANO. Autor: Bruno Guimarães Martins. Data: 01/05/2005	“A partir de dez imagens da tipografia popular, selecionadas por seu caráter de excentricidade em relação aos parâmetros de legibilidade que norteiam a tipografia clássica, procura-se investigar o modo como, na recepção desses textos, a atenção do leitor é conduzida, simultaneamente, para a materialidade dessas manifestações e para a complexidade do espaço cotidiano.”
4.	Título: JORNALISMO EM SAÚDE: PRODUÇÃO E RECEPÇÃO. Autor: Cássia Cibele Brosque. Data: 01/09/2005	“O trabalho estuda a forma como a saúde é tratada pelo suplemento JC Saúde, que circula semanalmente no Jornal da Cidade de Bauru, como representante do tema na mídia impressa regional, a sua produção e a forma como os leitores recebem as

		informações sobre o tema.”
5.	Título: DO PÁTIO À SALA DE AULA: POSSIBILIDADES DE DISCUSSÃO DA TELENOVELA. Autor: Claudia de Almeida Mogadouro. Data: 01/10/2005	“O estudo examina aspectos da recepção de telenovela em grupos de jovens, com atenção especial a alguns traços das mediações que se estabelecem nessas relações de recepção.”
6.	Título: COMUNICAÇÃO PÚBLICA DOS SERVIÇOS DE SAÚDE PARA O IDOSO: ANÁLISE DA PRODUÇÃO E PERCEPÇÃO DA CARTILHA VIVER MAIS E MELHOR. Autor: Devani Salomão de Moura Reis. Data: 01/05/2005	“Para tanto examinamos a trajetória, desde seu planejamento até a sua recepção, da cartilha Viver Mais e Melhor.”
7.	Título: A ARTICULAÇÃO DA PUBLICIDADE COM O MUNDO SOCIAL: A CONSTITUIÇÃO DO FLUXO PUBLICITÁRIO NAS PRÁTICAS DE PRODUÇÃO E DE RECEPÇÃO. Autora: Elisa Reinhardt Piedras. Data: 01/03/2005	“A discussão gira em torno da problemática de se abordar a publicidade a partir das práticas de recepção, considerando sua vinculação com a produção publicitária e a estrutura que as condiciona, bem como as ambigüidades e contradições dessas relações.”
8.	Título: AS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DO RECEPTOR INFANTIL DE DUAS ESCOLAS DA CIDADE DE SÃO PAULO, A PARTIR DE COMERCIAIS DE TV. Autora: Liriam Luri Yamaguchi Yanaze. Data: 01/07/2005	“Trata-se de um estudo de recepção infantil, com o objetivo de conhecer as representações sociais que as crianças têm sobre aspectos de seu cotidiano.”
9.	Título: CULTURA TRANSNACIONAL E A TELEVISÃO FECHADA NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA. Autora: Luiza Barboza da Cruz. Data: 01/04/2005	“Esta tese objetiva investigar o fenômeno da possível mudança que a entrada de uma nova tecnologia, a televisão por assinatura, sob seu aspecto transnacional, vem provocando na estética de recepção da audiência latino-americana, sob a luz de duas teorias principais, os Estudos Culturais, principalmente a teoria da recepção de Stuart Hall e o perfil do sujeito urbano da Escola de Chicago.”
10.	Título: COMUNICAÇÃO MUSEOLÓGICA- UMA PERSPECTIVA TEÓRICA E METODOLÓGICA DE RECEPÇÃO. Autora: Marília Xavier Cury. Data: 01/05/2005	“Esta é uma pesquisa que aproxima as áreas de comunicação e museologia, com o objetivo de realizar um estudo de recepção de público de museu.”
11.	Título: SÃO PAULO- TERRITÓRIO INTERCULTURAL DE UM SÓ CORAÇÃO. Autora: Oriana Monarca White. Data: 01/04/2005	“A presente tese teve por finalidade relacionar três conceitos amplos: Mídia, Interculturalidade e Identidade. Concretizou este objetivo mediante a realização de seis pesquisas, nas quais estes temas foram investigados transversalmente: três relativas ao processo de produção e três junto à recepção.”
12.	Título: TELECURSO 2000: A TELESSALA COMO ESPAÇO DE RECEPÇÃO, DE GESTÃO DA COMUNICAÇÃO E DE ENSINO- APRENDIZAGEM.	“Como referencial teórico foram abordados os estudos da recepção e a teoria da ação comunicativa que detectam e analisam processos de mediação comunicativa ligada à negociação de sentidos envolvendo a mídia televisiva no espaço de recepção e instituindo espaços de dialogicidade que criem as

	<p>Autora: Patricia de Tillio Claro. Data: 01/11/2005</p>	<p>interações necessárias para a produção de sentidos e apropriação de conhecimentos que comporão os novos perfis de competências para atuar na sociedade moderna.”</p>
13.	<p>Título: O TOTEM ELETRÔNICO : A INFLUÊNCIA DA TV NA CONSTRUÇÃO DE UMA NOVA IDENTIDADE DO GRUPO INDÍGENA OFAIÉ. Autora: Vera Rodrigues Silva. Data: 01/10/2005</p>	<p>“A pesquisa foi embasada na procura de uma relação entre a identidade cultural atual e o processo de recepção da mensagem televisiva, com foco no consumo.”</p>
14.	<p>Título: RECEPÇÃO: HETEROGENEIDADE E NEGOCIAÇÕES DE SENTIDOS. O JORNALISMO POLÍTICO E OS SUJEITOS LEITORES DAS REVISTAS SEMANAIS. Autora: Aline Fernandes de Azevedo. Data: 01/11/2006</p>	<p>“Essa pesquisa tem como objetivo investigar os sujeitos-leitores das revistas semanais de assuntos gerais e atualidades Veja e Época, suas formas de apropriação dos discursos do jornalismo impresso, tendo em vista a capacidade desses leitores de assimilar, negociar e até, eventualmente, subverter os sentidos comunicados pelos semanários.”</p>
15.	<p>Título: MÍDIA EXTERIOR: O PAINEL ELETRÔNICO NO ESPAÇO URBANO DA CIDADE DE SÃO PAULO. Autora: Ana Paula Cesar Vaz Guimarães Nogueira. Data: 01/09/2006</p>	<p>“O objeto desta pesquisa é o estudo do meio de comunicação painel eletrônico e os processos de recepção estabelecendo como sujeito-receptor o público pertencente ao contexto urbano.”</p>
16.	<p>Título: POLÍTICAS PÚBLICAS PARA O DESENVOLVIMENTO LOCAL: A RECEPÇÃO POPULAR DA PROPOSTA DO MERCADÃO DO CABO DE SANTO AGOSTINHO/PERNAMBUCO. Autor: André Luiz da Silva Xavier. Data: 01/01/2006</p>	<p>“Este trabalho é um estudo de recepção onde se busca compreender como se estabelecem as relações entre o poder público municipal, representado pela Prefeitura do Cabo de Santo Agostinho/PE, e as culturas populares, representadas pelos feirantes do Mercadão do Cabo.”</p>
17.	<p>Título: UMA AMÉRICA E MUITAS VOZES: A COMUNICAÇÃO NO CONTINENTE 25 ANOS APÓS O INFORME MACBRIDE. Autor: Bruno Augusto Amador Bueno. Data: 01/03/2006</p>	<p>“Analisam-se os meios de comunicação da região, a circulação da informação, a produção e a recepção das notícias – em sua maior parte oriundas das agências internacionais de informações. Os fenômenos constatados neste trabalho mostram que os desequilíbrios e as distorções das informações, já citados no Relatório MacBride, continuam.”</p>
18.	<p>Título: TV EM TELA. UM ESTUDO DO TELEJORNAL DFTV DA REDE GLOBO: DA EMISSÃO À RECEPÇÃO. Autora: Camila Guimarães. Data: 01/03/2006</p>	<p>“Neste estudo, analiso a relação do telejornal local DFTV da Rede Globo com telespectadores heterogêneos, articulando os referenciais dos Estudos Culturais da comunicação e dos estudos de recepção.”</p>
19.	<p>Título: ENTRETENIMENTO TELEVISIVO: PESQUISA DO PRODUTO E DA RECEPÇÃO DOS PROGRAMAS DE AUDITÓRIO DOMINGÃO DO FAUSTÃO (REDE GLOBO) E DOMINGO LEGAL (SBT). Autora: Elizara Carolina Marin. Data: 01/02/2006</p>	<p>“Buscou uma compreensão dos sentidos e das estratégias de entretenimento presente nestes produtos e os sentidos, gostos, consensos, conflitos, recusas e apropriações operadas por receptores.”</p>
20.	<p>Título: MÍDIAS E IDENTIDADES CULTURAIS: UM ESTUDO DA RECEPÇÃO MUDIÁTICA DO BALÉ FOLCLÓRICO DE TERESINA NO</p>	<p>“Na perspectiva das interfaces entre processos midiáticos e identidades culturais, esta pesquisa tem como objetivo compreender os sentidos identitários construídos no contexto da recepção midiática do</p>

	FOLCLÓRICO DE TERESINA NO PIAUÍ. Autora: Janete de Páscoa Rodrigues. Data: 01/01/2006	Balé Folclórico de Teresina (BFT), no Piauí.”
21.	Título: COR E PERSUAÇÃO NAS PROPAGANDAS DE CERVEJA. Autora: Luciana Nogueira. Data: 01/07/2006	“O objetivo foi mostrar como as cores se tornam elementos de persuasão capazes de atrair o público de forma quase subliminar em peças publicitárias veiculadas na televisão brasileira. Para tanto, recorreu-se à análise semiótica peirceana e à realização de uma pesquisa qualitativa junto a um grupo de jovens, para sondagem de sua recepção ante dois comerciais de cerveja.”
22.	Título: TELENOVELA MALHAÇÃO E COTIDIANO DE PROVÁVEIS EXTENSIONISTAS RURAIS EM FORMAÇÃO: UM ESTUDO DE RECEPÇÃO JUNTO A ESTUDANTES DO COLÉGIO AGRÍCOLA DOM AGOSTINHO IKAS - CODAI, EM SÃO LOURENÇO DA MATA - PE. Autora: Nara Silvana Patriota. Data: 01/07/2006	“O objetivo desse estudo é compreender como acontece a comunicação entre jovens ficcionais de uma telenovela e os jovens reais de uma escola agrotécnica.”
23.	Título: VENDEDORAS DE SENTIDOS: ENTRE TRAJETÓRIAS DE TRABALHADORAS E A COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL. Autora: Patrícia Guimarães Gil. Data: 01/04/2006	“A partir da aproximação entre a linha da comunicação institucional e os estudos de recepção, analisa-se como vendedoras informais de cosméticos produzem sentido para o discurso da empresa que representam, segundo sua classe social, sua identidade de gênero e sua situação de trabalho informal.”
24.	Título: A RECEPÇÃO DAS INFORMAÇÕES JORNALÍSTICAS AMBIENTAIS DO PROGRAMA GLOBO RURAL: OS SENTIDOS PRODUZIDOS POR AGRICULTORES FAMILIARES DO MUNICÍPIO DE SANTA ROSA (RS). Autora: Patrícia Kolling. Data: 01/06/2006	“Com o objetivo de verificar os sentidos produzidos sobre o meio ambiente por agricultores familiares do município de Santa Rosa, a partir do programa de televisão Globo Rural, este trabalho busca compreender o processo de comunicação articulado a partir das mediações. Trata-se de um estudo de três famílias de agricultores de uma comunidade rural, em seu cotidiano e ambiente social, através de uma estratégia multimetodológica e qualitativa de investigação, com realização de entrevistas, discussões de grupo e observações participantes.”

O resultado da pesquisa no Banco de Teses da Capes indica que em nenhum desses 24 resumos o autor se propõe, como objetivo principal, a uma discussão do âmbito teórico dos estudos de recepção ou dos Estudos Culturais, tendência prática ou aplicada que têm sido predominantes na pesquisa de recepção. Pesquisa de Ana Carolina Escosteguy (2005, p. 154-155) feita na década de 90, chega a conclusão semelhante: dos trabalhos de mestrado e doutorado realizados no período, que tratam a recepção sob a perspectiva sociocultural, 92% se dedicam a investigações empíricas, que envolvem a existência de objetos empíricos e evidências concretas; sendo que apenas 8% são pesquisas teóricas, que dão ênfase a objetos e questões de caráter teórico.

Tal tendência é reforçada pelas próprias agências de fomento à pesquisa no

Brasil, que situam a Comunicação na área de ciências sociais aplicadas, contudo, como observa Lúcia Santaella (2001, p. 130), “(...) tal situação é redutora e está desfasada em relação ao desenvolvimento da área e das perspectivas que ela apresenta”.

Percebe-se facilmente a necessidade de uma reflexão epistemológica, que leve em conta não apenas o aspecto aplicado, mas também que discuta essas teorias e suas limitações. A falta de trabalhos dedicados prioritariamente à discussão teórica e epistemológica, a escassez de publicações críticas a respeito das pesquisas em recepção, a ausência de farta bibliografia de autores estrangeiros dedicados à análise crítica da recepção traduzidos para o português são indícios de que poucos esforços têm sido empreendidos no campo comunicacional brasileiro para abordar os aspectos teóricos e epistemológicos dos estudos de recepção. Por conseguinte, o trabalho de identificação das principais definições de recepção e da compreensão da relação desta com os Estudos Culturais se faz necessário, a fim de problematizar o emprego imediato e instrumental de categorias de análise bastante complexas. A ausência de questionamento e crítica sobre a fundamentação, a aplicabilidade e a consistência dessas teorias constitui uma possível lacuna: falta reflexão teórica na pesquisa que se dedica aos estudos de recepção.

Pelo que se observou na fase exploratória da pesquisa, mesmo quando existe uma preocupação teórica, ela se manifesta como uma adesão da realidade à teoria, num compromisso pré-estabelecido, garantido por um tipo de redundância, onde as características do conceito de mediação são projetadas e posteriormente resgatadas pela análise, como “comprovações”, que a realidade “é assim”, ou seja, expressam qualidades intrínsecas aos conceitos empregados (por exemplo: mediações produzem sentido).

É o que se pode observar no resumo elaborado pela própria autora da única tese com preocupação teórica sobre recepção nos dois anos pesquisados, na qual a teoria não ajuda a entender a realidade, mas, ao inverso, a realidade ilustra o conceito:

O presente trabalho, seguindo as tendências das recentes investigações, propõe, assim, por um lado, analisar a forma como a comunicação, constituindo-se como prática social e como processo, participa da construção da identidade; por outro, comprovar, a partir de dados levantados em pesquisas empíricas, a tese de que a cultura e o cotidiano constituem-se como instâncias de mediações em que se produz o sentido (GUIMARÃES, 2006).

De outra parte, há dificuldade para encontrar as obras dos autores relacionados aos Estudos Culturais traduzidas para o português, o que, certamente, tem contribuído

para a situação atual da pesquisa na área, já que os pesquisadores estão afastados das fontes primárias, ou seja, os autores ingleses e latino-americanos que fundam os Estudos Culturais. Assim, o conhecimento que os estudantes brasileiros podem ter desta tradição acaba acontecendo por meio de fontes secundárias, estreitamente ligadas a grupos específicos de pesquisadores, não sendo possível descartar intervenções ativas destes na interpretação dessas teorias.

Assim, as principais fontes de acesso ao assunto estão ligadas a pesquisas engajadas em defender os Estudos Culturais como alternativa mais válida à pesquisa de recepção. Aos novos pesquisadores caberia, então, aplicar, em pesquisas empíricas, os preceitos teórico-metodológicos dessa tradição, não havendo, portanto, espaço ou incentivo para que sejam suscitadas dúvidas e críticas. Da mesma forma, os autores estrangeiros que se dedicam à crítica dos Estudos Culturais são dificilmente encontrados traduzidos para o português ou mesmo no original.

A partir de todos esses fatores que levaram à percepção de uma possível lacuna – falta reflexão teórica e epistemológica sobre os estudos de recepção – acredita-se que é importante proceder a uma revisão da produção teórica e do estado-da-arte dos estudos de recepção, pois a falta de questionamento e provocação sobre os marcos teóricos mais aceitos pode levar à estagnação de uma área de conhecimento, gerando um tipo de consenso, que tem por base pressupostos pouco trabalhados e sem consciência de seus limites e possibilidades.

Espera-se, dessa forma, gerar material bibliográfico especializado em uma área com carência no Brasil, levantando conceitos e críticas relacionadas aos estudos de recepção.

Considera-se importante levantar as principais definições de recepção presentes nos Estudos Culturais Latino-Americanos e, assim, verificar as extensões e significações desses conceitos. A partir daí, é fundamental, também, proceder a uma análise das relações entre os Estudos Culturais Latino-Americanos e a recepção.

Tradição latino-americana dos Estudos Culturais

Apesar da influência dos Estudos Culturais britânicos também ter se manifestado no Brasil, os pesquisadores brasileiros têm demonstrado maior interesse pelos Estudos Culturais Latino-Americanos.

Um trabalho realizado por Nilda Jacks e Ana Carolina Escosteguy levantou as pesquisas sobre recepção midiática no país durante a década de 90. As autoras dividiram

essas pesquisas em três categorias: *sócio-cultural*, *comportamental* e *outras*. Nesta última estão incluídas, por exemplo, pesquisas sobre a descrição de teorias ligadas à recepção. Na categoria *comportamental* estão as pesquisas relacionadas à temática dos efeitos e pesquisas quantitativas, como a de Usos e Gratificações (JACKS & ESCOSTEGUY, 2005, p. 88). Como *sócio-culturais*, estão classificadas as pesquisas que, segundo as autoras, têm uma visão ampla e complexa do processo de recepção dos produtos midiáticos, onde são consideradas as várias relações sociais e culturais (*idem*, p. 89). A ampla maioria das pesquisas estudadas (73%) enquadra-se como *sócio-culturais*, o que demonstra a importância que a corrente teórica dos Estudos Culturais têm no país.

É interessante destacar que as referidas autoras só consideram como autênticos estudos de recepção os trabalhos realizados dentro dessa perspectiva sociocultural, que leva em conta a proposta das mediações. Daí decorre a explicação para que os estudos de recepção sejam considerados recentes no país.

Como apontam Jacks & Escosteguy (2005, p. 90), a partir da pesquisa realizada sobre os estudos de recepção no Brasil, a maioria das dissertações e teses na área fundamenta-se nos seguintes autores: 23 de 36 escolhem entre Martín-Barbero, Canclini e Orozco, sendo que dessas 23, 19 vinculam-se a Martín-Barbero como autor principal ou articulado a outro. Percebe-se, assim, a predominância dos três autores sobre os demais e a larga influência de Martín-Barbero. Passaremos, a seguir, à análise dos Estudos Culturais.

2. Corrente dominante nos estudos brasileiros de recepção: os autores latino-americanos

2.1 Estudos Culturais - origens

As pesquisas de Richard Hoggart, Edward Palmer Thompson e Raymond Williams deram origem aos *cultural studies*. Acerca do surgimento dos Estudos Culturais britânicos, Stuart Hall, um dos pesquisadores de destaque nesta tradição, afirma que estes não tinham a intenção de se constituírem em uma disciplina acadêmica. Também lembra que as obras de Raymond Williams, E. P. Thompson e Richard Hoggart, que deram origem à tradição:

(...) constituíram a cesura da qual – entre outras coisas – emergiram os Estudos Culturais. Eram textos seminais e de formação. Não eram, em caso algum, “livros-textos” para a fundação de uma nova sub-disciplina acadêmica: nada poderia ter sido mais estranho ao seu impulso intrínseco. (...) Eles não apenas levaram a “cultura” a sério, como uma dimensão sem a qual as transformações históricas, passadas e presentes, simplesmente não poderiam ser pensadas de maneira adequada (2003, p. 125).

De acordo com o paradigma dos Estudos Culturais a cultura deve ser considerada em sentido amplo, antropológico, deve-se refletir a partir de uma abordagem da cultura dos grupos sociais. Ainda que a cultura permaneça fixada sobre uma dimensão política, a questão central é entender como ela funciona como contestação ou adesão à ordem social (MATTELART & NEVEU, 2006, p. 13-14). Em 1964, foi fundado o CCCS (*Centre for Contemporary Cultural Studies*), na Universidade de Birmingham, na Inglaterra, local onde se consolidaram os Estudos Culturais. No projeto do centro, fica claro seu objetivo de utilizar os métodos e os instrumentos da crítica textual e literária, deslocando sua aplicação de obras clássicas para os produtos da cultura de massas e o universo das práticas da cultura popular (*idem*, p. 56)

Tanto Raymond Williams quanto Edward Thompson consideravam a cultura como uma rede vivida de práticas e relações que constituíam a vida cotidiana, dentro da qual o papel do indivíduo estava em primeiro lugar (ESCOSTEGUY, 2001, p.153). Para eles, as análises deveriam ultrapassar a visão de que a cultura está submetida à economia. Em seu trabalho, Thompson opta por uma história centrada na vida e nas práticas de resistência das classes populares. Sendo que *The Making of the English*

Working Class é considerado um clássico da história social e da reflexão sócio-histórica de um grupo social (MATTELART & NEVEU, 2006, p. 45-46).

Raymond Williams promove uma desconstrução histórica do conceito de cultura e propõe duas frentes para pensar a dinâmica cultural contemporânea: uma teórica, responsável por desenvolver as implicações do conceito de hegemonia de Antonio Gramsci na teoria cultural; e outra metodológica, com a proposta de uma tipologia das formações culturais (MARTÍN-BARBERO, 1987, p. 116-117). Williams em *The Long Revolution*, de 1965, defende que a cultura é o processo global através do qual as significações são construídas social e historicamente. Ele também rompe com a idéia de um marxismo redutor, em que a cultura é determinada social e economicamente. No que vai encontrar depois o conceito de hegemonia Gramsci, que desloca a classe dominante, que teria o poder pelo fato de controlar os meios econômicos. Ao se recusar em alinhar a cultura e a ideologia às classes e à base econômica, introduz a necessidade de se levar em conta negociações, compromissos e mediações (MATTELART & MATTELART, 1999, p. 108). A cultura tem uma “autonomia relativa”: ao mesmo tempo que não é o reflexo das relações econômicas, ela é influenciada pelas relações político-econômicas (ESCOSTEGUY, 2001, p. 156).

Richard Hoggart, em *The Uses of Literacy* estudou a influência da cultura difundida pelos meios de comunicação junto à classe operária. Além de descrever o cotidiano da vida popular, o autor analisa as publicações voltadas a esse público para saber como elas se integram a esse contexto. De acordo com Hoggart, há uma tendência a superestimar a influência dos produtos da indústria cultural sobre as classes populares (MATTELART & NEVEU, 2006, p. 42).

De acordo com esse paradigma, a pesquisa em Comunicação não deve ficar focada apenas nos meios, mas no espaço de um circuito composto por produção, circulação e consumo da cultura midiática (JACKS & ESCOSTEGUY, 2005, p.37-38).

É importante destacar que os Estudos Culturais não surgiram como uma linha teórica para a análise do processo comunicacional. Como lembra Ana Carolina Escosteguy:

(...) os *mass media* e a cultura popular são recortes para refletir sobre a esfera cultural como um campo de relações estruturadas pelo poder e por diferenças sociais, sendo portanto um equívoco reduzir o projeto dos Estudos Culturais a um modelo de comunicação, pois os questionamentos propostos por essa tradição extrapolam o campo da comunicação (2001, p. 151).

Stuart Hall fala que a escola dos Estudos Culturais não teve um rumo definido, como constata o autor:

Os estudos culturais tiveram uma grande diversidade de trajetórias: muitos seguiram e seguem percursos distintos no seu interior; foram construídos por um [bom] número de metodologias e posicionamentos teóricos diferentes, todos em contenção uns com os outros. O trabalho teórico do Centre for Contemporary Cultural Studies era mais apropriadamente chamado de “ruído teórico”, sendo acompanhado por uma quantidade razoável de sentimentos negativos, discussões, ansiedades instáveis, e silêncios irados (2003, p. 189).

Hall, contudo, não concorda que a variedade deva significar a inexistência de um direcionamento, ou seja, que qualquer caminho possa ser seguido:

Ora, será que isto significa que os estudos culturais não constituem uma área de regulamentação disciplinar, ou seja, que vale qualquer tipo de ação desde que o autor opte por se denominar ou se posicionar dentro do seu projeto e prática? Também não me agrada esta formulação. Apesar do projeto dos estudos culturais se caracterizar pela abertura, não se pode reduzir a um pluralismo simplista (*idem*).

Os pesquisadores envolvidos nos Estudos Culturais reivindicavam um estatuto interdisciplinar, ou antidisciplinar para o trabalho desenvolvido, o que significa a recusa à divisão do conhecimento em disciplinas e o desejo de combinar contribuições de saberes cruzados (MATTELART & NEVEU, 2006, p. 15).

Apesar de a proposta nunca ter sido de constituir uma disciplina, contraditoriamente, pôde ser observada a institucionalização da área. Mesmo que a proposta fosse não se constituir em uma disciplina, e sim um campo de interação de várias disciplinas, surgiram vários departamentos universitários ligados aos Estudos Culturais:

A institucionalização deles – primeiro, no centro em Birmingham, e depois, por meio de cursos e publicações provenientes de várias fontes e lugares, com suas perdas e ganhos característicos, pertencem ao período dos anos 60 em diante (Hall, 2003, p. 126).

A década de 80 é considerada o período da “virada etnográfica” dos Estudos Culturais. Isso quer dizer que a pesquisa se desloca para o estudo das modalidades diferentes de recepção da mídia pelos diversos públicos. Mas Mattelart & Neveu alegam que a verdadeira ruptura foi diferente da que é contada pela história oficial da tradição. Os estudos etnográficos já constituíam boa parte dos trabalhos desenvolvidos no CCCS. A ruptura maior estaria na abertura de uma área de trabalho na recepção dos meios, que

tenta operacionalizar modelos como o da codificação-decodificação, proposto por Stuart Hall (MATTELART & NEVEU, 2006, p. 95-97).

Apenas cinquenta anos depois da publicação de *The Uses of Literacy* e trinta anos após os primeiros textos marcantes do Centro de Birmingham, os Estudos Culturais já haviam espalhado sua influência (MATTELART & NEVEU, 2006, p. 127). Atualmente constituem uma problemática teórica que repercute em vários países. Os Estudos Culturais não se confinam mais à Inglaterra e à Europa, nem aos Estados Unidos, tendo se expandido para a Austrália, Canadá, Nova Zelândia, América Latina e também para a Ásia e África. Escosteguy (2001, p. 168) afirma, inclusive, que:

(...) é especialmente significativo afirmar que o eixo anglo-saxão já não exerce mais uma incontestável liderança nesta perspectiva. A observação contemporânea de um processo de estilhaçamento do indivíduo em múltiplas posições e/ou identidades transforma-se tanto em tema de estudo quanto em reflexo do próprio processo vivido atualmente pelo campo dos Estudos Culturais: descentrado geograficamente e múltiplo teoricamente.

Sobre a situação na América Latina, Armand Mattelart & Érik Neveu (2006, p. 141-142) dizem:

No mapa dos fluxos mundiais de importação e de exportação das pesquisas sobre os processos culturais, os países da América Latina ocupam um lugar à parte.

A interrogação sobre as culturas populares e as identidades culturais na América Latina é rica de uma vasta memória política. Consubstancial às lutas de emancipação contra a hegemonia cultural da Europa, posteriormente dos Estados Unidos, essa interrogação atravessou numerosos projetos de reforma e de revoluções sociais que teceram as histórias particulares das nações que compõem o subcontinente.

Apesar de que a corrente britânica e a norte-americana dos Estudos Culturais também tiveram influência sobre os pesquisadores brasileiros, vamos concentrar a análise na corrente latino-americana, como será abordado a seguir.

2.2 Principais conceitos de “recepção”: uma leitura transversal

O problema de pesquisa configurou-se no sentido de compreender como tem sido definida a *recepção* pelos Estudos Culturais Latino-Americanos, tendência predominante na pesquisa brasileira sobre o assunto. Além disso, pretende-se investigar a relação entre os estudos de recepção e os Estudos Culturais.

Para poder articular possíveis respostas às questões colocadas, optou-se por uma leitura comparativa e crítica das fontes primárias relacionadas aos Estudos Culturais.

A leitura dos textos que deram origem a essas tradições representou uma primeira dificuldade da pesquisa. Nem todos os autores foram traduzidos para o

português e, mesmo quando o foram, as edições, muitas vezes, encontram-se esgotadas. Algumas, inclusive, nas versões originais. Além do mais, poucos livros podem ser encontrados nas bibliotecas públicas. De onde a dificuldade de reunir o material necessário. Dificuldade que constitui verdadeiro obstáculo para estudantes e pesquisadores brasileiros que pretendem se aprofundar na análise dos Estudos Culturais, assunto geralmente tratado por meio de fontes secundárias.

A seleção das fontes primárias seguiu como base os autores citados como fundamentais pelos comentaristas. Conforme pesquisa mencionada anteriormente, nos Estudos Culturais Latino-Americanos, se destacam:

- Jesús Martín-Barbero;
- Néstor García Canclini;
- Guillermo Orozco Gómez.

Em seguida, foram selecionadas as obras consideradas mais relevantes ou abrangentes desses autores. Foram escolhidas duas publicações de cada um deles. O *corpus* de fontes primárias ficou, portanto, assim constituído:

<i>Autores latino-americanos</i>
MARTIN-BARBERO, J. <i>Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia</i> . Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. 4 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.
MARTIN-BARBERO, J. <i>Ofício de Cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura</i> . Tradução: Fidelina González. São Paulo: Edições Loyola, 2004.
CANCLINI, N.G. <i>Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização</i> . Tradução Maurício Santana Dias. 6 ed. Rio de Janeiro: Editoria UFRJ, 2006.
CANCLINI, N.G. <i>Culturas Híbridas: Estratégias para Entrar e Sair da Modernidade</i> . Tradução Heloísa Pezza Cintrão, Ana Regina Lessa; tradução da introdução Gênese Andrade. – 4 ed. 3. reimpr. – São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.
OROZCO, G. <i>La investigación en comuncación desde la perspectiva cualitativa</i> . Guadalajara, México: Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario, 2007.
OROZCO, G. <i>Televisión, audiencias y educación</i> . Colombia: Grupo Editorial Norma, 2001.

Tendo esse *corpus* como base, procuramos explicitar e sistematizar os conceitos de *recepção* empregados na tradição dos Estudos Culturais. Empregaremos a Análise de

Conteúdo como técnica auxiliar, conforme as funções atribuídas por Laurence Bardin:

– uma *função heurística*: a análise de conteúdo enriquece a tentativa exploratória, aumenta a propensão à descoberta. É a análise de conteúdo “para ver o que dá”.

– uma função de “*administração da prova*”. Hipóteses sob a forma de questões ou de afirmações provisórias servindo de directrizes, apelarão para o método de análise sistemática para serem verificadas no sentido de uma confirmação ou de uma infirmação. É a análise de conteúdo “para servir de prova” (1977, p. 30).

Particularmente, em nosso caso, a primeira função, no sentido de ajudar a mapear os conceitos de recepção e seus respectivos campos semânticos, bem como os termos relacionados a eles. A análise feita é do tipo temática, como definida pela autora: “Fazer uma análise temática, consiste em descobrir os “núcleos de sentido” que compõem a comunicação e cuja presença, ou freqüência de aparição podem significar alguma coisa para o objetivo analítico escolhido (BARDIN, 1977, p. 105)”.

A definição de tema levada em consideração é a seguinte: “o tema, enquanto unidade de registro, corresponde a uma regra de recorte (do sentido e não da forma) que não é fornecida uma vez por todas, visto que o recorte depende do nível de análise e não de manifestações formais reguladas (BARDIN, 1977, p. 106)”. Logo, cabe aqui explicitar que o principal tema escolhido para análise será a definição de recepção de cada autor do *corpus*. Portanto, a análise feita é de conteúdo, tendo como unidade de registro os textos selecionados para a busca pelo tema “recepção”, tal como define Bardin (1977, p. 107):

Na realidade, a unidade de registro existe no ponto de intersecção de unidades perceptíveis (palavra, frase documento material, personagem físico) e de unidades semânticas (temas, acontecimentos, indivíduos), embora pareça difícil, mesmo existindo recobrimento, procurar fazer-se um recorte de natureza puramente formal, na maioria das práticas, pelo menos na análise temática, categorial e frequencial (...).

Foi elaborada para cada um dos autores uma grade de leitura, a partir das principais definições para recepção encontradas e de outros termos relevantes para a compreensão de nosso problema. Definições para Estudos Culturais também foram selecionadas para complementar a análise e permitir a investigação das relações entre recepção e essa tradição. Além dos termos recepção e Estudos Culturais, mostrou-se necessário recortar como cada um dos autores entende a Comunicação. A relação que cada um deles tem com esse campo do conhecimento mostrou ter influências diretas na forma como é concebida e analisada a recepção dentro dos Estudos Culturais Latino-

Americanos. Finalmente, os conceitos trabalhados por cada um dos autores que tenham relevância para a compreensão da recepção também foram escolhidos para a análise.

A escolha de uma leitura transversal das fontes primárias como base para a pesquisa deveu-se à necessidade de buscar nos próprios autores que deram origem a essas tradições definições para “recepção”. Isso nos permite uma análise comparativa e crítica das principais definições encontradas nos estudos latino-americanos, influência predominante nas pesquisas brasileiras. Também nos ajuda a abordar o problema da convergência ou contradição entre as definições trabalhadas por esses, além de compreender melhor quais as relações entre os Estudos Culturais Latino-Americanos e os estudos de recepção.

2.3 Principais autores

Vamos passar agora à análise dos três autores escolhidos. A uma breve introdução sobre cada um deles, seguem os trechos destacados para a análise. Posteriormente, as análises das definições apresentadas por Jesús Martín-Barbero, Néstor García Canclini e Guillermo Orozco foram entrecruzadas a fim de possibilitar a leitura transversal.

Jesús Martín-Barbero

O espanhol Jesús Martín-Barbero vive na Colômbia desde 1963. Ele é considerado atualmente um dos expoentes do pensamento comunicacional latino-americano, tendo influenciado muitos pesquisadores brasileiros. “Barbero é considerado o ‘formulador das questões’ e o impulsionador do campo no sentido de sua renovação, pois, junto com as revisões, ele formulou um projeto transdisciplinar para pensar *desde* a comunicação (BERGER, 2001, p. 267)”.

Na década de 80, Barbero escreve o artigo *Retos a la comunicación en América Latina*, o qual ele apresenta em um colóquio na Colômbia, durante a *Semana Internacional de la Comunicación*, organizada pela Universidad Javeriana de Bogotá. Logo depois, publica *Procesos de Comunicación y Matrices de Cultura, Itinerario para salir de la razón dualista*, onde questiona a maneira como vinha sendo feita a pesquisa na Comunicação (SAINTOUT, 1998, p. 27).

Uma das propostas de Barbero diz respeito à consciência de que os sujeitos considerados dominados seriam ativos tanto enquanto cúmplices da dominação, como também enquanto sujeitos da decodificação e da réplica dos discursos. De acordo com

ele, a proposta funcionalista predominante na época não permite perceber essa relação. Três são os campos durante os anos 1980, de acordo com ele, que vão se configurar como estratégicos: a ordem ou estrutura internacional da informação, o desenvolvimento das tecnologias que fundem as telecomunicações com a informática e a chamada comunicação participativa, alternativa ou popular (SAINTOUT, 1998, p. 29).

Florencia Saintout (1998, p. 75) diz que as travessias intelectuais de Barbero:

son una crítica radical a la razón dualista que há teñido los saberes de las ciencias sociales y de la comunicación desde sus nacimientos. Crítica de los saberes dialécticos que opusieron durante tanto tiempo lo culto a lo popular, el emisor al receptor, las estructuras a las culturas, etcétera.

Barbero protagoniza el movimiento de la comunicación que en los últimos años ubica el estudio de los medios en las redes de comunicación cotidiana de la gente. Hablar de comunicación será para él hablar de algo más que de los medios: será situarse en las complejidades de las tramas de la cultura. Pero olvidar el objeto para pensar los procesos, sin embargo, no significará perder de vista el lugar que los medios ocupan en la configuración social del mundo de hoy, sino entender que las experiencias de vida de los hombres rebasan lo que los medios hacen.

Se na década de 80, o campo da comunicação estava marcado por contornos claros, que envolviam o estudo da estrutura transnacional da comunicação, a comunicação participativa/popular e a problemática das políticas públicas de comunicação, no início dos anos 90, as fronteiras que separavam as linhas e demarcavam as disciplinas estão menos claras para os pesquisadores. Barbero (*apud* BERGER, 2001, p. 267) afirma, então, que os pesquisadores precisariam construir um novo modelo de análise, onde coubesse à cultura o papel de mediação social e teórica da comunicação com o popular, com a vida cotidiana e com os meios. Proposta seguida por vários pesquisadores da área em toda a América Latina. É neste momento que a pesquisa se torna independente do estudo dos meios para compreender a vida cotidiana, onde os meios se ingressam detendo *um* lugar (BERGER, 2001, p. 267).

Martín-Barbero teve influência decisiva no estudo da recepção. O autor passou a ser referência obrigatória nesses estudos, que, a partir da década de 80, a partir da influência de Gramsci e das metodologias qualitativas, reorganizaram o trabalho de pesquisa em comunicação. Barbero contribuiu para essa nova leitura dos meios, revendo o lugar da recepção e o do popular de acordo com a especificidade histórica cultural da América Latina (FIGUEIREDO, 2004, p. 6-7).

Pensar la recepción para Martín-Barbero significará algo muy distinto a lo que se piensa desde el funcionalismo. La recepción no será para él sólo un momento o una etapa de la comunicación, separada del análisis de la

producción y el mensaje, sino que es más bien un lugar desde el cual repensar el proceso entero de la comunicación (SAINTOUT, 1998, p. 79).

O pensamento barberiano foi influenciado por vários autores, de Pierre Bourdieu e Michel de Certeau (SAINTOUT, 1998, p. 78), a Antonio Gramsci e Walter Benjamin (FIGUEIREDO, 2004, p. 7). Sendo que estes últimos são destacados por Figueiredo:

Embora ele tenha recortado conceitos teóricos de estudiosos ingleses, franceses e brasileiros dos mais diversos matizes teóricos, muitas vezes antagônicos entre si, é nos aportes de Benjamin sobre experiência e modernidade e no conceito de hegemonia de Gramsci que fundamenta a sua construção teórico-metodológica.

Em *Dos meios às mediações* esse recorte de conceitos variados aparece por toda a obra. As citações se sucedem ao longo de toda a construção do livro. Partiremos agora para a análise desta obra e de *Ofício de cartógrafo. Travessias latino-americanas da comunicação na cultura*.

Dos meios às mediações. Comunicação, cultura e hegemonia

Publicado em 1987, *Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia* é uma das obras mais comentadas de Jesús Martín-Barbero e, com certeza, está entre as que tiveram maior repercussão na América Latina.

A proposta do livro é promover uma ruptura com a maneira de investigar corrente na época de seu lançamento, como diz o próprio autor:

Esta é a aposta e o objetivo deste livro: mudar o lugar das perguntas para tornar investigáveis os processos de constituição do massivo para além da chantagem culturalista que os converte inevitavelmente em processos de degradação cultural. E para isso, investigá-los a partir das mediações e dos sujeitos, isto é, a partir das articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais (2006, p. 29).

Martín-Barbero tem como objetivo encontrar definições para conceitos como “popular” e “massivo”, tentando buscá-las na gênese histórica desses.

O que buscaremos nesta primeira parte será, pois, descobrir, no sentido mais genérico deste verbo, o *movimento de gestação* de alguns “conceitos básicos”: isto é, o duplo tecido de *significados e referências* de que são feitos. Historicizar os termos em que se formulam os debates é já uma forma de acesso aos combates, aos conflitos e lutas que atravessam os discursos e as coisas (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 31).

A desnaturalização destes conceitos visa também a romper com a lógica dualista que cria oposições entre “culto” e “popular”, entre “dominadores” e “dominados”.

Deslocamento que o autor começa em suas obras anteriores e aprofunda em *Dos meios às mediações*:

Para llevar adelante el desplazamiento profundizará la crítica a la razón dualista, de la que hace tiempo viene hablando. Salir de esta razón será, entre otras cuestiones, *salir de los desencuentros entre método y situación en las ciencias sociales*. Esto obliga a repensar el lugar de las disciplinas pero fundamentalmente el lugar epistémico y político de las preguntas. Se trata, explica Barbero, de un reconocimiento un nuevo conocimiento, que no tenga que ver con las lógicas de la acumulación sino de la diferencia de verdades culturales y sujetos sociales. Reconocimiento de un mestizaje que en América Latina, dice no habla de que ya pasó sino de lo que todavía somos (SAINTOUT, p. 81).

Barbero fala que da constituição do “popular” como o oposto do “culto”, ou seja, o “inculto” resulta uma relação que não poderia “ser senão vertical: desde os que possuem *ativamente* o conhecimento até os que, ignorantes, isto é, vazios só podem deixar-se satisfazer *passivamente* (2006, p. 35).”

E a aceitação de que as camadas populares possuíam cultura só vai acontecer quando os estudos antropológicos, a partir do contato com as sociedades não-europeias, enfatizarem a diversidade das culturas. Rompe-se com a concepção civilizados/bárbaros, assumindo-se a existência da cultura também na oposição interna entre grupos hegemônicos e camadas subalternas.

Mas, por sua vez, “o primitivo”, designando o *selvagem* na África ou o *popular* na Europa, continuará obstinadamente significando, a partir de uma concepção evolucionista da diferença cultural dominante até hoje, aquilo que olha para trás, um estágio talvez admirável porém *atrasado* do desenvolvimento da humanidade e, por esta razão, expropriável por aqueles que já conquistaram o estágio avançado (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 40-41).

Barbero (2006, p. 65-66) destaca também que, enquanto esse tipo de cultura designada pela sociedade de massas significava para os pensadores da velha Europa a degradação, a lenta morte, a negação de quanto para eles significa a “Cultura”, para os teóricos norte-americanos dos anos de 1940 e 1950 o sentido era outro. De acordo com estes, a cultura de massas representava a afirmação e a aposta na sociedade da democracia completa.

A denominação do *popular* fica assim atribuída à cultura de massa, operando como um dispositivo de mistificação histórica, mas também propondo pela primeira vez a possibilidade de pensar *em positivo* o que se passa culturalmente com as massas. E isto constitui um desafio lançado aos “críticos” em duas direções: a necessidade de incluir no estudo do popular não só aquilo que culturalmente produzem as massas, mas também o que consomem, aquilo de que se alimentam; e a de pensar o popular na cultura

não como algo limitado ao que se relaciona com seu passado – e um passado rural –, mas também e principalmente como algo ligado à modernidade, à mestiçagem e à complexidade do urbano (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 70).

A Escola de Frankfurt também opunha o popular ao culto, a cultura de massas à arte culta. Para Martín-Barbero (2006, p. 72), a reflexão frankfurtiana impedia os pensadores latino-americanos de pensarem por si próprios e perceberem tudo o que da realidade social e cultural do subcontinente não se adequava à sistematização e à dialética da Escola. E foi um dos pensadores de Frankfurt, mas que discordava com muitos de seus postulados, que proporcionou uma compreensão mais completa da realidade latino-americana: Walter Benjamin, o qual, segundo Barbero, “tinha esboçado algumas chaves para pensar o não-pensado: o popular na cultura não como sua negação, mas como experiência e produção”. Dessa forma, o popular é redescoberto e seu estudo ganha novos contornos.

Martín-Barbero (2006, p. 111-112) afirma que o percurso que levou as ciências sociais críticas a se interessarem pela cultura, e, particularmente pela cultura popular, passa em boa parte por Antonio Gramsci. Um conceito fundamental proposto por esse autor é o de hegemonia, que permite pensar o processo de dominação social já não como imposição, “mas como um processo no qual um classe hegemoniza, na medida em que representa interesses que também reconhecem de alguma maneira como seus as classes subalternas”. Isto significa que a hegemonia não é fixa, e sim que ela é um processo, no qual ela se faz e se desfaz sempre. Mas Barbero alerta para o fato de que esse resgate positivo do popular provoca uma deturpação do conceito de hegemonia. Ao estabelecer-se a cultura hegemônica como aquela que domina e a cultura popular como a que tem como papel resistir à dominação, enfatiza-se demasiada e desproporcionalmente a força dessa resistência. Ele critica essa maneira de entender o conceito de Gramsci.

(...) não creio que isso seja uma mera “expansão entusiasta” de seu pensamento, mas uma profunda deformação, que consiste em usar as palavras hegemonia e subalternidade preenchendo-as do conteúdo de exterioridade que procuravam romper, só que agora esse conteúdo está invertido: a *capacidade de ação* – de domínio, imposição e manipulação –, antes atribuída à classe dominante, é transferida agora para a capacidade da ação, resistência e impugnação da classe dominada (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 113-114).

Ao contrário, o conceito enfatiza a necessidade de levar em consideração o fato de que a assimilação do hegemônico pelo subalterno não é sempre sinal de submissão,

nem a recusa se trata sempre de resistência. Da mesma forma, nem tudo que vem “de cima” são valores dominantes, já que existem aspectos que vem da cultura hegemônica que não correspondem às lógicas da dominação (*idem*, p. 114).

Assim, de acordo com esses conceitos, Martín-Barbero (2006, p. 122) ensaia uma definição para a cultura popular.

Cultura popular fala então não de algo estranho, mas de um resto e um estilo. Um *resto*: memória da experiência sem discurso, que resiste ao discurso e se deixa dizer só no relato. Resto feito de saberes inúteis à colonização tecnológica, que assim marginalizados carregam simbolicamente a cotidianidade e a convertem em espaço de uma criação muda e coletiva. E um *estilo*, esquema de operações, modo de caminhar pela cidade, habitar a casa, de ver televisão, um etilo de intercâmbio social, de inventividade técnica e resistência moral.

A cultura popular também será chamada de cultura de massa. Sendo que a massa é entendida como o modo pelo qual as classes populares vivem as mudanças na condição de sua existência, no que estas têm de opressão e aspirações democráticas (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 174). A cultura de massa não teria surgido, portanto, de uma hora para outra, como um processo de degradação cultural, como muitos acreditam. Entendida muitas vezes como um conjunto de meios massivos de comunicação, dentro de uma perspectiva histórica, percebe-se a ruptura com essa concepção e é possível notar que o que se passa na cultura, quando as massas surgem, não é pensável a não ser em sua articulação com as readaptações proporcionadas pela hegemonia, que, desde o século XIX, fazem da cultura um espaço estratégico para a reconciliação das classes e a reabsorção das diferenças sociais, de acordo com Barbero (*idem*, p. 196).

Introduzir a análise do espaço cultural, todavia, não significa introduzir um *tema* a mais num espaço à parte, e sim focalizar o *lugar onde se articula* o sentido que os processos econômicos e políticos têm para uma sociedade. O que no caso dos meios massivos implicaria construir sua história a partir dos processos culturais enquanto articuladores das práticas de comunicação – hegemônicas e subalternas – com os movimentos sociais. Alguns trabalhos já se orientam neste sentido, parciais, mas que nos permitem começar a revelar algumas mediações a partir daquelas que são constituídas historicamente pelos aparatos tecnológicos enquanto meios de comunicação (*idem*, p. 232-233).

Outro conceito importante, segundo Martín-Barbero, é o de “massivo”. Este entendido como a “hibridação do nacional e do estrangeiro, do pateticismo popular e da preocupação burguesa com a ascensão (...) (2006, p. 227-228)”. O autor distingue duas etapas no processo de implantação dos meios e de constituição do massivo na América

Latina. A primeira vai dos anos 1930 até 1950, na qual os meios são “porta-vozes da interpelação que a partir do populismo convertia as massas em povo e o povo em Nação” (*idem*, p. 233). A segunda etapa começa nos anos 60, quando “o mito e as estratégias do *desenvolvimento* virão a substituir a ‘esgotada’ política de soluções tecnocráticas e o estímulo ao consumo” (*idem*, p. 234).

Quando a crise econômica dos anos 1980 e a crise do capitalismo chegam, o massivo vai ser “atravessado por novas tensões nacionais que remetem seu alcance e sentido às diversas representações nacionais do popular, à multiplicidade de matrizes culturais e aos novos conflitos e resistências que a transnacionalização mobiliza” (*idem*, p. 235).

Além dos conceitos apresentados, em *Dos meios às mediações* também são discutidas definições para “recepção”, “comunicação” e um outro conceito-chave proposto por Martín-Barbero, as “mediações”. Entretanto, estes serão discutidos junto com as definições encontradas na obra *Ofício de cartógrafo*.

Ofício de cartógrafo: Travessias latino-americanas da comunicação na cultura

O livro reúne textos sobre comunicação escritos por Jesús Martín-Barbero nos anos 90 e que foram publicados em revistas e livros, do autor e coletivos. A primeira parte da obra abrange as décadas de 1970 e 1980, entrelaçando trechos de textos de livros esgotados: *Comunicação maciça: discurso e poder* e *Processos de comunicação e matrizes de cultura*, além de outros textos publicados em revistas e livros coletivos. Já a segunda, que compreende os anos 90, é composta de textos de livros coletivos e revistas. O autor lembra que, embora em alguns se mantenha o título original, os textos foram condensados ou reescritos, o que resulta em uma re colocação das idéias, a fim de dar conta das rupturas e deslocamentos ocorridos em anos posteriores (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 42).

Além disso, o objetivo do autor é dar uma perspectiva histórica ao campo, para fugir às determinações da tecnologia: “Daí que este livro procure antes de tudo opor-se, em alguma medida, à crescente tendência ao autismo tecnicista e à hegemonia gerencial que parecem estar se apoderando dos estudos de comunicação na América Latina” (*idem*, p. 10).

O objetivo de Barbero é mapear os estudos de comunicação, incluindo o relato de sua própria pesquisa. O início dessa trajetória é marcado pelo próprio pesquisador com a sua proposta de um “*mapa noturno*, com o que procurava re-situar o estudo dos

meios desde a investigação das *matrizes culturais*, dos *espaços sociais* e das *operações comunicacionais* dos diferentes atores do processo (*idem*, p. 17)”. A proposta foi apresentada em um encontro de pesquisadores de comunicação, cultura e política, em Buenos Aires, em 1983, o FLACSO. A mesma proposta foi apresentada em *Dos meios às mediações* e revista posteriormente no prefácio à edição de 2003. O mapa que propõe se movimenta sobre dois eixos, o diacrônico, ou histórico, de larga duração – tensionado entre as *Matrizes Culturais* (MC) e os *Formatos Industriais* (FI) –, e o sincrônico, tensionado pelas *Lógicas de Produção* (LP) em sua relação com as *Competências de Recepção ou Consumo* (CR). Martín-Barbero (2004, p. 230) fala que, por sua vez, as relações entre as MC e as LP são mediadas por diferentes regimes de *Institucionalidade*, enquanto as relações entre as MC e as CR o são por diversas formas de *Socialidade*. Entre as LP e os FI estão as *Tecnicidades*, e entre os FI e as CR, as *Ritualidades*.

De acordo com o mapa, a *Socialidade* designa a trama de relações cotidianas que os homens tecem ao se juntar e nas quais se ancoram os processos primários de interpelação e constituição dos sujeitos e identidades (*idem*, p. 230, 231). Segundo a proposta, a *Ritualidade* é o que, na comunicação, existe de “permanente reconstrução do nexos simbólico: ao mesmo tempo repetição e inovação, âncora na memória e horizonte aberto. É o que no intercâmbio há de *forma* e de *ritmo*”. Já a *institucionalidade*:

(...) pertence a duas ordens contrapostas: a que desde o Estado configura os meios de comunicação como “serviço público”, e a que, a partir do mercado, converte a “liberdade de expressão” em livre comércio. Partindo de uma e da outra, priorizam-se *valores* que, antagonizados, debilitam a autonomia das instituições comunicativas, seja confundindo a defesa dos direitos coletivos com a estabilidade do estatal ou a liberdade de expressão com a iniciativa e os interesses privados (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 233-234).

Finalmente, a *tecnicidade* está relacionada com a mudança dos modos de percepção e experiência social, do *sensorium*, relação feita pela primeira vez por Walter Benjamin. “A *tecnicidade* nomeia então o que na sociedade não é só dar ordem do instrumento, mas também da ordem da sedimentação de saberes e da constituição das práticas” (2004, p. 235).

Em *Ofício de cartógrafo*, também é apresentado um outro mapa traçado por Martín-Barbero (2004, p. 18-19), no início dos anos 1990, sobre os três modos de relação do trabalho acadêmico com as concepções e modelos correntes acerca da comunicação: a) dependência, modelo segundo o qual aos países menos desenvolvidos,

como os da América Latina, caberia a aplicação das invenções de outros e estar “atualizado”; b) apropriação, definido pelo direito de fazer releituras, adaptações e redesenhos de modelos vindos de fora; e c) invenção, a qual as pesquisas de comunicação/cultura começam a fazer com a proposta de “indisciplinar” os saberes, abrindo novas áreas para o pensamento.

Além de defender a proposta de “indisciplinar os saberes”, a interdisciplinaridade, Barbero também enfatiza a ligação que os Estudos Culturais defendem que exista entre a Comunicação e a ação política. Ao comentar que as tradições funcionalista, estruturalista, marxista das pesquisas na área provocam uma “esquizofrenia” entre métodos e objetos, ele afirma que isso leva também à recusa da ação:

Essa esquizofrenia se plasma, por um lado, na tendência ao teorismo, a confundir pesquisa com especulação, na tendência de um discurso vago e generalizante com o qual se trata de ocultar não só a falta de trabalho empírico mas também o escapismo político: *fazer investigação para não ter que passar à ação*, ou melhor, fazer um tipo de pesquisa que não nos envolva, uma investigação generalista que não exija “prática” alguma, porque pesquisando o particular, sobre o que é possível intervir, se corre o risco de descobrir não só argumentos para “criticar” o sistema, mas ferramentas para transformá-lo (2004, p. 64).

Ele acredita também que as rupturas provocadas, no final dos anos 1970, começam a se manifestar não apenas como rupturas teóricas, mas também como marcas que, no espaço do trabalho teórico e metodológico, levam a certos deslocamentos no social e político (*idem*, p. 110).

– Definições

(a) *Recepção*

Em *Dos meios às mediações*, as definições para “recepção” vão surgindo aos poucos, como parte da reconstrução histórica que propõe o autor. A conceituação parte da diferenciação entre recepção e “efeitos” da comunicação, indo em direção à noção da recepção como parte inseparável de outras “etapas” da comunicação, propondo a superação da visão fragmentada da comunicação.

O autor também apresenta a proposição de que o estudo da recepção não deve ser feito a partir da divisão produção/recepção e sim das “mediações”:

Por isso, em vez de fazer a pesquisa 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 (2006, p. 294).

Seguem outros trechos relacionados a definições de recepção que foram separados para análise nas duas obras de Martín-Barbero.

O que realmente importa, contudo, é o que fez do radioteatro argentino um espaço de continuidade entre tradições culturais desse povo e a cultura de massa. Para investigar essa continuidade, P. Terrero encara o radioteatro argentino a partir “da proximidade de certas expressões do imaginário nacional e popular, da relação de algumas delas com processos de mitificação e crenças populares, ou com a formação da identidade social e cultural dos setores populares”. O que implica ultrapassar o meio e trabalhar o campo das experiências do receptor e as estratégias de recepção: presença do público nas salas das emissoras onde é feita a transmissão do radiodrama, turnês dos grupos teatrais pelas províncias apresentando sínteses das peças transmitidas, as cartas das audiências etc. (2006, p. 239).

Mas talvez não passasse de um outro lado da moeda. Afinal de contas, a ideologização impediu que se interrogasse qualquer outra coisa nos processos além dos *rastros do dominador*. Nunca os do dominado, e muito menos os do conflito. Uma concepção “teológica” do poder – uma vez que este era considerado onipotente e onipresente – levou à crença de que bastava analisar os objetivos econômicos e ideológicos dos meios massivos para se descobrirem as necessidades que provocavam e como submetiam os consumidores. Entre emissores-dominantes e receptores-dominados, nenhuma sedução, nem resistência, só a passividade do consumo e a alienação decifrada na imanência de uma mensagem-texto nunca atravessada por conflitos e contradições, muito menos por lutas (2006, p. 281-282).

Ora, não é através do que ele afirma que o modelo informacional chega até esse ponto, mas sim através do que pressupõe. E é nesse nível de pressuposições que se acha a cumplicidade do modelo semiótico dominante com o informacional: uma “economia” segunda a qual as duas instâncias do circuito – emissor e receptor – se supõem situadas no mesmo plano e a mensagem circula entre instâncias homólogas. O que implica não apenas o idealismo, contra o qual Lacan levantou a questão do código como espaço de domínio revestido de “encontro”, mas também a suposição de que o máximo de comunicação funciona sobre o máximo de informação e esta sobre a univocidade do discurso. Com o que se torna impossível tudo o que na comunicação se mantém irreduzível e não-equiparável à transmissão e à mediação de informações, seja porque não cabe no esquema emissor/mensagem/receptor – como um baile ou um culto religioso –, seja porque introduz uma tal assimetria entre os códigos do emissor e do receptor que implode a linearidade em que está baseado todo o modelo (2006, p. 283).

Por outro lado, o paradigma hegemônico está sustentado numa fragmentação do processo, que é, por sua vez, convertida em garantia de rigor e critério de verdade. Essa fragmentação equipara o processo de comunicação ao de transmissão de uma informação ou, melhor dizendo, reduz aquele a este. Daí se converter em verdade metodológica (p. 283) a *separação* entre a análise da *mensagem* – seja uma análise de conteúdo ou de expressão, de estruturas textuais ou operações discursivas – e a análise

da *recepção* concebida simples ou sofisticadamente como indagação acerca dos efeitos ou da reação. Em todo caso, a fragmentação a que o processo de comunicação é submetido, e a partir da qual é pensado, controla redutoramente o tipo de perguntas formuláveis, assim restringindo o universo do investigável e os modos de acesso aos problemas. (2006, p. 284)

Abre-se assim ao debate um novo horizonte de problemas, no qual estão redefinidos os sentidos tanto da cultura quanto da política, e do qual a problemática da comunicação não participa apenas a título temático e quantitativo – os enormes interesses econômicos que movem as empresas de comunicação – mas também qualitativo: na redefinição da cultura, é fundamental a *compreensão de sua natureza comunicativa*. Isto é, seu caráter de processo produtor de significações e não de mera circulação de informações, no qual o receptor, portanto, não é um simples decodificador daquilo que o emissor depositou na mensagem, mas também um produtor (2006, p. 289).

Devemos começar situando o verdadeiro alcance do que procuramos, sua diferença frente às teorias funcionalistas da recepção: “Não se trata apenas de medir a distância entre as mensagens e seus efeitos, e sim de construir uma análise integral do consumo, entendido como *o conjunto dos processos sociais de apropriação dos produtos*” (CANCLINI APUD MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 292).

Só que na América Latina o abandono do mediacentrismo está sendo produzido menos pelo impacto da reconversão industrial dos meios – sua função comunicativa relegada como produto residual das opções econômico-industriais – do que pela força com que os movimentos sociais tornam visíveis as mediações. Por isso, em vez de fazer a pesquisa 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. À guisa de hipótese, recolhendo e dando forma a uma série de procuras convergentes, embora muitas delas não tenham como “objeto” a televisão, propõem-se três lugares de mediação: a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural (2006, p. 294-295).

Para abordar *as lógicas* (no plural) *dos usos*, devemos começar diferenciando nossa proposta daquela análise denominada “dos usos e gratificações”, já 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 (2006, p. 302).

(...) os gêneros não podem ser estudados sem uma redefinição da própria concepção que se teve de comunicação. Pois seu funcionamento nos coloca diante do fato de que *a competência textual, narrativa, não se acha apenas presente, não é unicamente condição da emissão, mas também da recepção*. Qualquer telespectador *sabe* quando um texto/relato foi interrompido, conhece as formas possíveis de interpretá-lo, é capaz de resumi-lo, dar-lhe um título, comparar e classificar narrativas (2006, p. 304).

O processo de comunicação, enquanto processo de intercâmbio, prolonga e torna mais denso o mecanismo produtivo geral: “a distância entre emissor e receptor é uma mera reprodução do espaço que medeia entre produtor e consumidor” (MATTELART APUD MARTÍN-BARBERO, p. 51-52). E mais: a passividade firmada e interiorizada por parte do receptor é apenas um aspecto da alienação social da qual participam os dois pólos do processo. O produto-mensagem que o receptor consome leva já inscrito em seu acabamento a “marca de fábrica”, seu caráter mercantil como pegada e modelo, ao mesmo tempo, do verticalismo e do autoritarismo geral que regem as relações sociais. Essa *marca* é a que determina a forma mesma de sua recepção, marca que é uma linguagem repressiva, de coação, não em forma explícita mas sim dissimulada, linguagem hipnotizante que está na base do discurso ritual e autoritário com que uma classe encerra, fecha, recorta e controla o mundo como uma ordem, uma legitimidade inapelável (2004, p. 52).

O funcionalismo costuma ser desqualificado “em teoria”, porém se continua trabalhando a partir dele, na prática. Com frequência, tem-se rompido somente com sua linguagem própria, mas não com a racionalidade que o sustenta. E assim seguimos na armadilha de seu “esquema”. Primeiro foi a *mensagem* contra os *efeitos*. Depois o *receptor* contra a *mensagem*, que era um modo de voltar aos efeitos, porém “dinamizados”, e no fundo muito além das proclamações, a velha dicotomia ideologia/técnica escamoteando a materialidade e a peculiaridade dos processos (2004, p. 62).

O outro plano que quero resenhar é o da incapacidade das entrevistas e dos questionários tradicionais para abordar a atividade de decodificação que realizam os diferentes grupos sociais ao “ler” as mensagens dos meios. Como mais adiante vai-se retomar essa problemática, assinalo unicamente que essa incapacidade não é um mero problema técnico mas tem a ver com a matriz epistemológica e política do modelo ao qual antes aludia, e segundo a qual a atividade – a produção, a palavra – se acha somente do lado do emissor, e do lado do receptor só há passividade ou reação, escuta e consumo (2004, p. 65-66).

A outra ruptura chave se produz na tomada de consciência da *atividade dos dominados* enquanto cúmplices da dominação mas também enquanto sujeitos da decodificação e da réplica aos discursos do amo. Com respeito à dimensão de cumplicidade, é toda a problemática do chamado “receptor” que está sendo recolocada radicalmente por perguntas como: por que os homens suportam, há séculos, a exploração, a humilhação, a escravidão, até o ponto de querê-las não só para os outros mas para si próprios? Isto é, quais são as contradições postas em jogo para que a dominação seja também atividade e não só passividade resignada do dominado? O que é que, no dominado, trabalha a favor da sua dominação? (2004, p. 112).

Mas não existe só cumplicidade, também há resistência e réplica. É nosso sofisticado instrumental de análise que não está feito para captar essa atividade. Mal estamos começando a sentir a necessidade do deslocamento metodológico que possa nos dar acesso à leitura que os diferentes grupos populares levam a cabo, leitura na qual tentam abrir caminhos outras vezes, uma palavra que possa (p. 112) introduzir “ruído” e que caçoe disso, e possa subverter a seu modo as relações de poder. E esse “a seu modo” está

indicando a existência de outra “gramática”, de outra lógica na produção de sentido, na atividade de desconstrução que se realiza na decodificação, como que isto implica, por sua vez, de desafio à imaginação metodológica para pôr em prática procedimentos que não deixem de fora essa atividade, como fazem irremediavelmente as entrevistas e os questionários a que estamos acostumados. Porque esses questionários levam inscrita na pergunta a possibilidade de resposta e apenas uma, mas neles não cabe uma resposta que possa se erigir por sua vez em pergunta e questionar o lugar e o poder desde o qual é formulada. Porque, além disso, a atividade de decodificação não é abordável diretamente, mas só através do reconhecimento das marcas que na leitura deixam certos processos que têm lugar um outro nível, no da “estrutura profunda”, isto é no da experiência vital e social desses grupos (p. 113).

O que se começa a resgatar não é já a mera *não-passividade do receptor* - isso já havia sido proposto por Lazarsfeld anos atrás, e a escola “dos usos e das gratificações” o tinha feito, inclusive, o objeto de um modelo particular de análise -, porém algo bem distinto: a necessidade de mudar o eixo da análise e seu ponto de partida (2004, p. 126-127).

Há recuperação e deformação, mas também há réplica, cumplicidades mas também resistência, há dominação, embora esta não chegue a destruir a memória de uma identidade que brota precisamente do conflito que a própria dominação mobiliza. O que precisamos pensar, então, é o que fazem as pessoas com aquilo que se faz delas, a não-simetria entre códigos do emissor e o receptor, perfurando permanentemente a hegemonia e desenhando a figura do seu outro (2004, p. 136).

E precisaríamos, aliás, recolocar por completo as teorias da recepção, tanto a funcionalista como a crítico-negativa, porque ambas prolongam, cada qual ao seu modo, uma extensa e pertinaz tradição que parte da concepção “ilustrada” do processo educativo, segundo a qual esse processo parte de um pólo ativo, que detém o saber – a elite, o intelectual –, na direção de um pólo passivo e ignorante: o povo, a massa, com a conseqüente divisão cortante e inapelável entre a esfera da produção, que é a da criatividade e da atividade por um lado, e a do consumo, que é a da passividade e do conformismo, por outro (2004, p. 162-163).

O estudo dos gêneros remete assim ao dos usos sociais e recepção, isto é, à diversidade de hábitos que marcam a relação da televisão com a organização do espaço e do tempo cotidianos: que lugar ocupa a televisão nos espaços e tempos da casa: central ou marginal? E que tipo de demandas fazem à televisão os diferentes setores sociais? Em todo caso, nos usos não fala somente a classe social, falam também as diversas competências culturais que atravessam as classes por via da educação formal em suas diversas modalidades, e falam sobretudo os saberes das etnias e das regiões, os “dialetos” locais e as mestiçagens urbanas realizadas com eles. Referimo-nos aos haveres, saberes e gramáticas que, constituídos na memória, medeiam a leitura nos diferentes grupos, e aos imaginários desde os quais projetam sua identidade os homens e as mulheres, os adultos e os jovens, os indígenas e os negros, os camponeses, os habitantes da cidade. De que tipo de textura de gramáticas e desvios está feita essa competência narrativa que lhes permite, até aos menos “letrados”, saber onde um relato foi interrompido e como completá-lo, resumi-lo, intitula-lo, classificá-lo? É nos relatos pessoais que se acha o acesso a essas competências, de modo

que investigar os usos sociais da televisão passa ineludivelmente pela ativação desses relatos nos quais aparecem "citados" os diferentes "textos" aos quais remetem as diversas leituras. O trajeto metodológico é então aquele que vai do assistir em conjunto ao fato de dar às pessoas a possibilidade de contar o que viram. A única forma de acesso à experiência de ver passa pela ativação das diferentes competências narrativas a partir das quais nos falamos os diversos povos que contêm – em seu duplo sentido – o público da televisão (2004, p. 175-176).

Mas uma coisa é a significação da mensagem e outra aquilo ao qual alude a pragmática quando faz a pergunta pelo *sentido* que, para o receptor, tem a ação de ouvir rádio ou ver televisão (2004, p. 232).

Finalmente, outro foco de observação: a *recepção/uso de mídias e o consumo cultural*. Especialmente polêmico, e inclusive para alguns desgastado, o estudo dos processos de recepção resulta duplamente ambíguo e também fortemente revelador de algumas das mudanças mais de fundo na pesquisa de comunicação. Pois, confundida com a *etapa* que na escola norte-americana se adjudicou primeiro o paradigma dos “efeitos” e depois o dos “usos e gratificações”, se perde aquilo que desde a América Latina se busca colocar: a recepção/consumo como *lugar epistemológico e metodológico* desde o qual representar o processo de comunicação. Porém, ao identificar essa proposta, em não poucas pesquisas, com uma espécie de hipóstase da recepção, se termina por confundir o resgate de sua atividade com o sofisma de “todo poder ao consumidor” (2004, p. 255-256).

Do outro lado, muitos dos estudos sobre *recepção* de televisão têm estado, e estão ainda, dirigidos a *corrigir o ver* dos telespectadores partindo as concepções e dos preconceitos de quem não oculta seu receoso desprezo por esse meio, isto é, dizer de quem não olha a televisão senão para *estudá-la*, e assim poder “educar” o olhar e o gosto dos que se divertem vendo-a (2004, p. 405).

O segundo eixo dos olhares aqui delineados focaliza especialmente o processo de *recepção*. E este aparece pensado desde uma comunicação constitutiva das dinâmicas culturais mais que desde a instrumentalidade comunicativa da transmissão. O que, não obstante, dá lugar a dois enfoques bem distintos. Um faz o balanço do que, na América Latina, e particularmente no Brasil, marca a trajetória do estudo da recepção e suas intrínsecas conexões com os estudos culturais do *consumo*. A partir disso se estabelece a impossibilidade de compreender o processo de recepção sem envolver aí a transformação das identidades coletivas – regional, local, nacional, do campo, urbana – e, vice-versa, a necessidade de estudar a recepção/consumo para entender o que está acontecendo com as identidades. O outro faz também um balanço mas das perigosas armadilhas em que parece haver caído majoritariamente o estudo da recepção na América Latina, a que se identifica com o *paradigma gratificacionista*. A partir disso se propõe distinguir na recepção as atividades *significativas* – isto é, nas quais se produz significado e que seriam as menores – das atividades ou modalidades de recepção *sem significado*, configuradas em duas *zonas*: a branca e a cinza. À primeira pertencem os usos da televisão como telão de fundo, sonífero, companhia vicária, paliativo da feiúra ambiente; à segunda, seus usos como caleidoscópio (síndrome do *zapping*), ansiolítico, desligar-evasão, profilaxia do alcoolismo masculino e preventivo da fome quando não se tem com que a satisfazer. O que não fica

tão claro é o que se quer dizer quando se afirma que a companhia vicária, o paliativo, a feiúra da miséria ou o uso como ansiolítico são, enquanto modalidade de recepção televisiva, atividades desprovidas de significação (2004, p. 422).

A partir dos trechos sobre recepção de *Dos meios às mediações* e de *Ofício de cartógrafo* apresentados acima, pode-se concluir que, na proposta de Jesús Martín-Barbero apresentada nessas obras, fica clara a proposição de “ultrapassar o meio”, deixando de focar a pesquisa em comunicação nos estudos dos meios de comunicação de massa. A investigação deve ser feita a partir da recepção, do “campo das experiências do receptor” (2006, p. 239). Essa perspectiva difere da que prevalecia até então, segundo a qual todo o poder estava do lado dos emissores-dominantes; e aos receptores-dominados só caberia passividade, alienação, nunca resistência (2006, p. 281-282).

De acordo com esse paradigma, desenvolvido pelo modelo informacional e pelo modelo semiótico, a partir da análise apenas da mensagem seria possível compreender o processo de comunicação. Os emissores e receptores eram considerados instâncias situadas no mesmo plano, em um processo linear de transmissão de informação. Uma crítica feita à equiparação do processo de comunicação à transmissão de informação se refere à fragmentação à qual o processo fica submetido dessa forma. A análise da mensagem, separadamente do estudo da recepção, reduz o “tipo de perguntas formuláveis” e restringe o universo de investigação e os “modos de acesso aos problemas” (2006, p. 283-284).

Martín-Barbero defende uma recolocação das teorias da recepção, tanto a funcionalista quanto a de viés crítico-negativa, para quebrar com o prolongamento da visão “ilustrada” de que existe um pólo ativo, que detém o saber, enquanto ao outro pólo cabe a passividade e a ignorância (2004, p. 162-163). Cita que uma ruptura chave é a constatação da “atividade dos dominados” como cúmplices da dominação, além de sujeitos da decodificação e da réplica dos discursos, que recoloca a problemática do receptor a partir de questões como saber quais as contradições estão em jogo para que a dominação seja também atividade e não só passividade resignada do dominado, ou seja, o que o próprio receptor faz para que esteja na condição de dominado (2004, p. 112).

Barbero fala que o paradigma que vê a recepção como uma etapa do processo comunicativo é oposto à proposta feita a partir da América Latina, a qual considera “a recepção/consumo como *lugar epistemológico e metodológico* desde o qual representar o processo de comunicação” (2004, p. 255).

Ele enfatiza que não se trata só de reconhecer a não-passividade do receptor, o que já teria sido proposto por Lazarfeld, mas “mudar o eixo da análise e seu ponto de partida” (2004, p. 126-127). Justamente para sair do paradigma considerado dominante, ele formula a proposta de estudar a comunicação não a partir das lógicas de produção e de recepção, para depois buscar a relação entre as duas instâncias; e sim por meio das mediações, entendidas como “lugares dos quais provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural”. A proposta inclui “três lugares de mediação: a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural” (2006, p. 294-295).

De acordo com a proposta de Martín-Barbero (2006, p. 289), o receptor deixaria de ser apenas um decodificador das mensagens propostas pelo emissor, e passaria a ser, também, um produtor de sentidos. O autor cita Canclini para marcar que a idéia de estudar a recepção está colocada de maneira diferente do modo como as teorias funcionalistas estudam a recepção. Não é uma questão de mensuração dos efeitos atingidos pelas mensagens, mas de uma análise integral do consumo dessa mensagem pelos receptores, do “conjunto dos processos sociais de apropriação dos produtos” (CANCLINI *apud* BARBERO, 2006, p. 292).

Ao propor a abordagem das lógicas dos usos, ele destaca, porém, que esta se diferencia da análise dos “usos e gratificações”, uma vez que sua nova proposta de estudo não coloca a recepção dentro de um “espaço limitado” de mensagens que circulam, provocando efeitos e reações. Barbero propõe re-situar a comunicação no campo da cultura. Considera-se que a competência textual e narrativa não está apenas do lado dos emissores, mas que os receptores também a possuem (2006, p. 302-304). E a passividade que existe do lado da recepção não é nada mais que um aspecto da “alienação social” que envolve emissores e receptores, e que deixa uma marca na mensagem, marca de seu caráter mercantil, do verticalismo e do autoritarismo que rege as relações sociais (2004, p. 52).

Sobre as perspectivas para a comunicação nos anos 1990, Martín-Barbero cita um dos eixos temáticos do livro *Olhares latino-americanos para a televisão*, publicado em 1996 com a coordenação de Guillermo Orozco. Este trataria o processo de recepção televisiva, focado não desde uma comunicação instrumental pensada desde a transmissão, mas a partir de uma comunicação constitutiva de dinâmicas sociais. Dois enfoques bem distintos para a recepção se apresentam: “Um faz o balanço do que, na América Latina, e particularmente no Brasil, marca a trajetória do estudo da recepção e

suas intrínsecas conexões com os estudos culturais do *consumo*”. Ganha força neste enfoque da recepção a necessidade de se estudar a transformação das identidades coletivas regionais, locais, nacional, do campo, urbana para compreender o processo de recepção e, também, a importância de se estudar a recepção/consumo para entender as identidades. “O outro faz também um balanço mas das perigosas armadilhas em que parece haver caído majoritariamente o estudo da recepção na América Latina, a que se identifica com o *paradigma gratificacionista*”. Esse enfoque divide as práticas de recepção entre significativas, que seriam a minoria, e as sem significado, as quais corresponderiam os usos da televisão como sonífero, telão de fundo, ansiolítico, evasão (2004, p. 422).

O autor também critica a adoção de questionários e entrevistas para alcançar a decodificação das mensagens, porque estes estariam condicionados com a matriz epistemológica e política do modelo ao qual estavam vinculados, onde emissores detinham a produção e a palavra, enquanto receptores eram passivos e sem reação (p. 2004, p. 65-66). Pois além da cumplicidade que existe entre emissores e receptores, há a resistência e a réplica, as quais, de acordo com Barbero, não poderiam ser captadas por instrumentos metodológicos como os questionários e as entrevistas, que levam inscritas na pergunta a resposta. Além do fato de que a atividade de decodificação não poder ser abordada diretamente, a não ser pelas marcas que deixam na leitura certos processos da experiência de vida e social desses grupos (2004, p. 112-113).

É ensaiada nestas obras uma proposta metodológica para análise dos usos sociais, em relação à televisão. Tem ênfase o aspecto de que várias competências atuam nos usos: além da classe social, as competências culturais advindas da educação formal, os saberes de origem étnica e regional específicos, as mestiçagens urbanas. Para Barbero, é nos relatos pessoais que se pode ter acesso a essas competências. “O trajeto metodológico é então aquele que vai do assistir em conjunto ao fato de dar às pessoas a possibilidade de contar o que viram” (2004, p. 175-176). Porque uma coisa é a significação da mensagem, e outra é o sentido que o receptor atribui à ação de ouvir rádio ou de ver a televisão (2004, p. 232).

Martín-Barbero acusa que, com frequência, se tem abandonado o funcionalismo apenas em sua linguagem e não em sua racionalidade. À oposição da mensagem contra os efeitos, coloca-se o receptor contra a mensagem, o que não estaria superando a teoria funcionalista. Seria uma volta aos efeitos, mas de maneira “dinamizada” (2004, p. 62). Além disso, fala que muitos estudos de recepção sobre televisão foram feitas com o

objetivo de “corrigir o ver” dos telespectadores. Visão imersa em preconceitos quanto a esse meio, que busca não a compreensão da televisão, mas a educação dos públicos (2004, p. 405).

(b) Estudos Culturais

Nas duas obras de Martín-Barbero analisadas, as definições relacionadas a Estudos Culturais encontradas são:

O trabalho da ALAIC tem sido enriquecido desde meados dos anos 1980, e especialmente nos anos 1990, pela contribuição de pesquisadores procedentes de outros campos, e com os quais se construiu, na América Latina, um campo próprio, o dos *estudos culturais de comunicação*. Entre eles, Néstor García Canclini ocupa um lugar decisivo por seus trabalhos pioneiros ao traçar uma agenda latino-americana para os estudos culturais, ao recolocar tanto os limites das disciplinas – antropologia, sociologia, comunicação – como as discursividades e narrativas nas quais possa ser enunciada a complexidade das transformações culturais que vivemos, como também ao re-pensar radicalmente o tipo de políticas culturais que podem trazer uma verdadeira democratização de nossas sociedades sem fundamentalismos nem culturalismos (2004, p. 39).

Em meados dos anos 1980, a configuração dos estudos de comunicação mostra mudanças de fundo, provenientes não só nem principalmente de deslizamentos internos ao próprio campo, mas de um movimento geral nas ciências sociais. O questionamento da “razão instrumental” não envolverá unicamente o modelo informacional, mas também descobrirá a hegemonia dessa mesma razão como horizonte político do ideologismo marxista. De outro lado, a *globalização* e a “questão transnacional” ultrapassarão os alcances teóricos da teoria do imperialismo, obrigando-nos a pensar uma trama nova de territórios e de atores, de contradições e conflitos. Os deslocamentos com os quais se procurará refazer conceptual e metodologicamente o campo da comunicação provirão tanto da *experiência* dos movimentos sociais como da *reflexão* que articulam os estudos culturais. Inicia-se então uma alteração nos limites que demarcavam o *campo da comunicação*: as fronteiras, as vizinhanças e as topografias não são as mesmas de apenas dez anos antes, nem estão tão claras. A idéia de *informação* – associada à inovação tecnológica – ganha legitimidade científica e operatividade enquanto a de *comunicação* se desloca e aloja-se em campos circundantes: a filosofia, a hermenêutica. A brecha entre o otimismo tecnológico e o ceticismo político se faz maior, apagando o sentido da *crítica*. (2004, p. 217-218).

Como as pesquisas de ponta na Europa e nos Estados Unidos, também as latino-americanas apresentam uma convergência a cada dia maior com os estudos culturais em sua capacidade de analisar as indústrias comunicacionais e culturais como matriz de desorganização e reorganização da experiência social (J.J. Brünner) no cruzamento das desterritorializações que acarretam a globalização e as migrações com a fragmentação e as realocações da vida urbana (2004, p. 220-221).

E dessa maneira está acontecendo também no rearranjo das concepções sobre a relação entre comunicação e cultura, isto é, nos aportes latino-americanos aos “estudos culturais”. Um inovador trabalho transdisciplinar está permitindo abordar de forma nova velhos objetos de estudo e construir objetos novos, como as (p. 241) *mediações*, as *frentes* e as *heterogeneidades culturais*, e nos últimos anos as dinâmicas de *desterritorialização* e *hibridação*. Há invenção na medida em que se procura deslocar as fronteiras erigidas por disciplinas, cânones e hierarquias dos saberes, racionalidades políticas ou evidências tecnológicas, e se vai elaborando uma articulação estrutural entre formação e investigação. (2004, p. 242).

E, não obstante, o que tem movimentado mais fecundamente a pesquisa latino-americana de comunicação nos últimos anos não foram tanto as mudanças internas ao próprio campo quanto o movimento de *reflexibilidade* produzido nas ciências sociais e o empate com a *reflexão* que vem dos estudos culturais (2004, p. 248).

Martín-Barbero fala da construção de um campo próprio latino-americano, o dos “estudos culturais de comunicação”. Ele atribui a Néstor García Canclini um lugar decisivo na constituição desta agenda dos Estudos Culturais específica para o continente, por ter re colocado os limites de disciplinas, como a antropologia, a sociologia e a comunicação. O mesmo autor teria sido o responsável por colocar as discursividades e narrativas nas quais pode ser enunciada a complexidade das transformações culturais vividas no continente e o tipo de política culturais que poderiam trazer uma verdadeira democratização (2004, p. 39).

Martín-Barbero (2004, p. 242) fala que os aportes latino-americanos aos Estudos Culturais significam um rearranjo nas concepções sobre a relação entre comunicação e cultura, ao trazerem novas abordagens e objetos de estudo: mediações, frentes e heterogeneidades culturais, dinâmicas de desterritorialização e hibridação. O autor (2004, p. 248) coloca os estudos culturais ao lado do movimento de “reflexibilidade” produzido nas ciências sociais, como o que tem movimentado a pesquisa latino-americana de comunicação com mais fecundidade nos últimos anos.

A experiência dos movimentos sociais e a reflexão articulada pelos Estudos Culturais provocam deslocamentos com os quais se tentará reelaborar o campo da comunicação conceitual e metodologicamente (2004, p. 217-218). De acordo com Barbero (2004, p. 220-221), as pesquisas latino-americanas, assim como as investigações de ponta realizadas na Europa e nos Estados Unidos, passam a ter uma convergência maior com os Estudos Culturais, devido a sua capacidade de análise.

(c) *Comunicação*

Já os trechos correspondentes à Comunicação selecionados para análise da obra de Barbero são:

Pensar a indústria cultural, a cultura de massa, a partir da hegemonia, implica uma dupla ruptura: com o positivismo tecnologicista, que reduz a comunicação a *um problema de meios*, e com o etnocentrismo culturalista, que assimila a cultura de massa ao problema da *degradação da cultura* (2006, p. 131).

Dizer “cultura de massa” equivale, em geral, a nomear aquilo que é entendido como um conjunto de meios massivos de comunicação. A perspectiva histórica que estamos esboçando aqui rompe com essa concepção e mostra que o que se passa na cultura, quando as massas emergem, não é pensável a não ser em sua articulação com as readaptações da hegemonia, que, desde o século XIX, fazem da cultura um espaço estratégico para a reconciliação das classes e a reabsorção das diferenças sociais. As invenções tecnológicas no campo da comunicação acham aí sua *forma*: o sentido que vai tomar sua *mediação*, a mutação da materialidade técnica em potencialidade socialmente comunicativa. Ligar os meios de comunicação a esse processo – como o foi visto na primeira parte – não implica negar aquilo que constitui sua especificidade. 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 e com eles 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. Estamos *situando* os meios no âmbito das mediações, isto é, num processo de transformação cultural que não se inicia nem surge através deles, mas no qual eles passarão a desempenhar um papel importante a partir de um certo momento – os anos 1920 (2006, p. 196-197).

Introduzir a análise do espaço cultural, todavia, não significa introduzir um *tema* a mais num espaço à parte, e sim focalizar o *lugar onde se articula* o sentido que os processos econômicos e políticos têm para uma sociedade. O que no caso dos meios massivos implicaria construir sua história a partir dos processos culturais enquanto articuladores das práticas de comunicação – hegemônicas e subalternas – com os movimentos sociais. Alguns trabalhos já se orientam neste sentido, parciais, mas que nos permitem começar a revelar algumas mediações a partir daquelas que são constituídas historicamente pelos aparatos tecnológicos enquanto meios de comunicação (2006, p. 232-233).

O sentido dos deslocamentos teóricos e metodológicos que o título [Os métodos: dos meios às mediações] indica já está *contido* na análise dos processos que acabamos de expor. Faz-se necessário, no entanto, abordá-los *em sua forma*, explicitá-los, esclarecer o movimento que, dissolvendo pseudo-objetos teóricos e implodindo as inércias ideológicas, vem se desenvolvendo na América Latina nos últimos anos: a investigação sobre os processos de constituição do massivo a partir das transformações nas culturas subalternas. Sobrecarregada tanto pelos processos de transnacionalização quanto pela emergência de sujeitos sociais e identidades culturais novas, *a comunicação* está se convertendo num

espaço estratégico a partir do qual se podem pensar os bloqueios e as contradições que dinamizam essas sociedades-encruzilhada, a meio caminho entre um subdesenvolvimento acelerado e uma modernização compulsiva. 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 (2006, p. 261).

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 devia 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 se 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. Mas agora não estamos mais sozinhos: pelo caminho já encontramos pessoas que, sem falar de “comunicação”, não deixam de questioná-la, trabalhá-la, produzi-la: gente das artes e da política, da arquitetura e da antropologia. Foi necessário perder o “objeto” para que encontrássemos o caminho do movimento social na comunicação, a comunicação em processo. (2006, p. 280)

Houve duas etapas de formação do paradigma hegemônico para a análise da comunicação na América Latina. A primeira surgiu em finais dos anos 1960, quando o modelo de Laswell, procedente de uma epistemologia psicológico-condutista, foi adaptado ao espaço teórico da semiótica estruturalista, através do qual se tornou possível sua “conversão”, isto é, seu encontro com a investigação crítica. Chamo essa etapa de *ideologista*, porque então a pesquisa se concentrava no objetivo de descobrir e denunciar, articulando essa base epistemológica com uma posição de crítica política, as estratégias mediante as quais a ideologia dominante penetra o processo de comunicação, ou melhor, para falar com a linguagem coeva, penetra a mensagem provocando determinados efeitos. A onipotência atribuída pela versão funcionalista aos meios passou a recair sobre a *ideologia*, que se tornou objeto e sujeito, dispositivo totalizador dos discursos. Produziu-se, assim, um recorte ambíguo do campo da comunicação que, subsumido ao ideológico, acabou tendo sua especificidade definida pelo isolamento. Tanto o dispositivo do *efeito*, na versão psicológico-condutista, quanto o da *mensagem*, na versão semiótico-estruturalista, acabavam remetendo o sentido dos processos à imanência do comunicativo. Caindo, porém, no vazio. Ao se preencher esse vazio com “o ideológico”, ficamos com o recorte – o comunicacionismo – mas sem especificidade. A melhor prova do que estou afirmando é que a denúncia política que se fazia *a partir da comunicação* quase nunca chegou a superar a generalidade da “recuperação pelo sistema”, a “manipulação” etc (2006, p. 280-281).

O resultado do amálgama de comunicacionismo e denúncia foi a esquizofrenia traduzida numa concepção instrumentalista dos meios de comunicação, concepção esta que os privou de densidade cultural e materialidade institucional, convertendo-os em meras ferramentas de ação ideológica. Com a agravante de que os meios, reduzidos a ferramentas, eram moralizados de acordo com seu emprego (2006, p. 281).

A partir de meados dos anos 1970, começa a surgir outro quadro, precedido do seguinte discurso: “Chega de ideologia e denúncia; sejamos sérios e comecemos a fazer ciência”. Entramos então na segunda etapa, que pode ser denominada *cientificista*, já que nela o paradigma hegemônico é reconstruído com base no *modelo informacional*, com um *revival positivista* que proíbe a problematização de tudo aquilo para o qual não dispuséssemos de um método. A crise vivenciada pelas esquerdas latino-americanas depois dos golpes militares no Cone Sul, com as seqüelas respectivas, em termos de desconcerto e retirada política, seria um bom caldo de cultura para a chantagem *cientificista*. O curto-circuito teórico da época pode ser descrito da seguinte maneira: os processos de comunicação ocupam a cada dia um lugar mais estratégico em nossa sociedade, já que, com a informação-matéria-prima, situam-se até mesmo no espaço da produção e não só da circulação. O estudo de tais processos, porém, ainda se encontra limitado por uma tal dispersão disciplinar e metodológica que nos impede de saber com objetividade o que de fato se passa nesse âmbito. Sofremos, portanto, a urgência de *uma teoria* capaz de ordenar o campo e delimitar os objetos. Ora, essa teoria já existe, só que a sua elaboração teve lugar no espaço um tanto afastado da preocupação dos críticos: o da engenharia; é a *teoria da informação*. Definida como “transmissão de informação”, a comunicação encontrou nessa teoria a referência de conceitos precisos, delimitações metodológicas e inclusive propostas operacionais, tudo isso como o aval da “seriedade” das matemáticas e o prestígio da cibernética, capazes de oferecer modelos até para a estética. O modelo informacional começa então a tomar posse do campo, tão bem abonado por um funcionalismo que sobreviveu na proposta estruturalista e em certo tipo de marxismo (2006, p. 282).

Não foi apenas a limitação do modelo hegemônico o que nos obrigou a mudar de paradigma. Foram os fatos recorrentes, os processos sociais da América Latina, os que estão transformando o “objeto” de estudo dos investigadores da comunicação. Para perceber isto, basta uma rápida olhada nos títulos de seminários e congressos latino-americanos sobre comunicação nos últimos cinco anos e constatar a presença obsessiva dos termos “transnacionalização”, “democracia”, “cultura” e “movimento popular” (2006, p. 285).

Pensar os processos de comunicação neste sentido, a partir da cultura, significa deixar de pensá-los a partir das disciplinas e dos meios. Significa romper com a segurança proporcionada pela redução da problemática da comunicação à das tecnologias (2006, p. 287).

Vimos de um estudo de comunicação que por muito tempo pagou seu direito de inclusão no âmbito das legitimidades teóricas com a subordinação a certas disciplinas, como a psicologia e a cibernética, e que agora se apressa em livrar-se dessa condição pagando um custo muito mais alto: o esvaziamento de sua especificidade histórica, em troca de uma concepção radicalmente instrumental, como a que espera que as transformações sociais e culturais sejam efeito da mera implantação de inovações tecnológicas (2006, p. 287-288)

Tudo começou num encontro de investigadores sociais em Buenos Aires, auspiciado por FLACSO no ano de 1983, no qual, pela primeira vez, nos encontrávamos institucionalmente estudiosos de comunicação, de cultura e de política, e no qual minha exposição introduziu ao final uma estranha

proposta à qual chamei *mapa noturno*, com o que procurava re-situar o estudo dos meios desde a investigação das *matrizes culturais*, dos *espaços sociais* e das *operações comunicacionais* dos diferentes atores do processo (2004, p. 17).

Também no campo comunicação/cultura já começamos a *inventar*: começando por indisciplinar os saberes diante das fronteiras e dos cânones, despregando a escrita como meio de *expressividade conceitual*, e, finalmente, mobilizando a *imaginação categorial*, que é aquilo que torna pensável o que até agora não foi pensado, abrindo novos territórios ao pensamento (2004, p. 19).

Daí que minha investigação tenha sido dedicada em grande medida a “minar” as seguranças que o *objeto* próprio procura, abrindo orifícios por onde oxigenar o campo e conectá-lo com as preocupações da reflexão filosófica e as buscas das ciências sociais, tematizando insistentemente as mediações que articulam as práticas de comunicação com as dinâmicas culturais e os movimentos sociais. Mas também me senti *fora de lugar* em outro sentido: se o meu talante filosófico incomodou constantemente aos peritos *comunicólogos*, minha aposta em situar a análise dos processos, os meios e as práticas de comunicação num lugar central das ciências sociais deslocou meu trabalho até torná-lo *irreconhecível* durante (p. 20) muito tempo para boa parte dos pesquisadores sociais e mais ainda entre os filósofos... E isso apesar de que minha “divisa” tenha sido pensar as *mediações* e investigar a comunicação *a partir da cultura*. (2004, p. 21)

A respeito da obsessão pelo *a partir de*, ela tem trabalhado num duplo sentido. Primeiro, aquele que procurou assinalar uma mudança de paradigma propondo *pensar a comunicação a partir da cultura*, e que achou sua tematização histórica e epistemológica na passagem da análise dos meios às *mediações*. E depois o empenho em nomear a América Latina não como *lugar no qual* se conservam práticas de comunicação *diferentes* (ou seja exóticas), mas como *lugar a partir do qual* pensávamos *diferentemente* as transformações que atravessam as práticas e as técnicas de comunicação (2004, p. 29).

O restabelecimento da problemática e do conceito de cultura é sintomático da convergência que evidenciam ultimamente as preocupações sobre o *cultural-popular*, da qual a pesquisa de comunicação na América Latina recebe agora seu traço mais característico. Isso como se a perda da identidade pela derrubada das fronteiras que academicamente delimitavam o campo da comunicação houvesse possibilitado aos pesquisadores deste campo o encontro e o aproveitamento da reflexão próxima, que desde há algum tempo vinham fazendo sociólogos e antropólogos, historiadores e politólogos (2004, p. 110).

Configuram-se então como estratégicos três campos de investigação na comunicação: a ordem, ou estrutura internacional da comunicação, o desenvolvimento das tecnologias que fundem as telecomunicações com a informática e a chamada comunicação participativa, alternativa ou popular (2004, p. 114).

A compreensão do sentido e do alcance que têm adquirido os estudos de comunicação na América Latina exige o encargo da convergência entre a pressão manifesta de alguns processos tecnoeconômicos, que configuram

uma situação comunicacional nova, com o esgotamento de algumas das ferramentas teóricas que vinham sendo utilizadas para a abordagem da nova situação. Daí provém a aposta de alguns grupos de pesquisadores em se decidir a seguir os passos do processo, embora à custa de perder-se o “objeto”. Mas, como um itinerário torna-se um lugar vazio se ninguém anda por ele, proponho-me nestas páginas descrever minha própria travessia, nada linear, povoada de não poucas dúvidas, ainda que secretamente guiada pelo convencimento de que a perda de certas seguranças era e continua a ser fundamental para que se possa ouvir o som das novas situações e dos novos problemas (2004, p. 122-123).

Em relativamente pouco tempo, a *comunicação* transformou-se, na América Latina, num campo de forças catalisador de algumas linhas de ponta da pesquisa social, ao mesmo tempo em que propicia, sem dúvida, uma moda acadêmica. O que me importa assinalar é que os processos de inflação e banalização do tema cobrem, tanto dentro como fora das universidades e dos centros de pesquisa, um fenômeno que não podemos deixar escapar: a confusão e a ambigüidade inscritas, inclusive, na pluralidade de dimensões e, de certa maneira, das contradições que impedem o esclarecimento e a delimitação do campo e colocação de uma tranqüilizante etiqueta acadêmica que o identifique como mais um campo de estudo (2004, p. 123).

Essa experiência, que ainda comporta não pouco de opacidade, aponta para o seguinte: *o campo dos problemas de comunicação não pode ser delimitado desde a teoria, isto é, não pode sê-lo mais que a partir das práticas sociais de comunicação*, e essas práticas na América Latina ultrapassam o que acontece nas mídias e se articulam a espaços e processos políticos, religiosos, artísticos etc. mediante os quais as classes populares exercem uma atividade de resistência e réplica. (2004, p. 126)

No campo da comunicação, falar de história se reduziu a falar da história dos meios, coisa que ou os autonomiza ao estilo de McLuhan, dotando-os de sentido por si mesmos, ou faz depender esse sentido de sua relação, quase sempre exterior e mecânica, com as forças produtivas e os interesses de classe. Agora, tratar-se-ia de outra coisa: de uma história dos processos culturais enquanto articuladores das práticas comunicativas com os movimentos sociais, o que implica inserir a comunicação no espaço das “mediações” nas quais os processos econômicos deixam de ser uma parte exterior dos processos simbólicos e estes por sua vez aparecem como constitutivos e não só expressivos do sentido social (p. 130-131).

Na América Latina, o que acontece *nos* meios de comunicação e *por* eles não pode ser compreendido à margem de discontinuidades culturais que medeiam a significação dos discursos maciços e o sentido de seus usos sociais, pois o que os processos e as práticas de comunicação coletiva *produzem* não remete unicamente às lógicas mercantis e às invenções tecnológicas, mas a mudanças profundas na cultura cotidiana das maiorias e à acelerada desterritorialização das demarcações culturais: moderno/tradicional, nobre/vulgar, culto/popular/maciço (2004, p. 139).

Adentrar nos processo de comunicação da perspectiava dos movimentos sociais pode nos ajudar a relativizar o midiacentrismo que domina o campo e descobrir nas práticas populares de comunicação algo mais que restos de folclore: a memória atuante de sua “economia moral” (2004, p. 148-149).

Pensar a comunicação na América Latina é cada dia mais uma tarefa de envergadura antropológica. Pois o que aí está em jogo não são só deslocamentos do capital e inovações tecnológicas, mas profundas transformações na cultura cotidiana das maiorias: mudanças que trazem à superfície estratos profundos da memória coletiva ao mesmo tempo em que movimentam imaginários que fragmentam e des-historicizam. Mudanças que nos confrontam com uma acelerada desterritorialização das demarcações culturais e com desconcertantes hibridizações nas identidades (2004, p. 209).

No processo de construção e apropriação teórica do campo da comunicação na América Latina houve um tempo no qual a *politização* conduziu a fazer gravitar o campo todo sobre a questão da ideologia, convertendo-a no dispositivo totalizador dos discursos legítimos. Nos últimos anos os estudos de comunicação experimentam uma tentação análoga ao transformar a relação comunicação/cultura em outra forma de totalização. Na conformação dessa tendência estão pesando decisivamente as inércias ideológicas e as modas acadêmicas (2004, p. 211).

Nós que trabalhamos na dupla fronteira da comunicação/cultura e da investigação/docência nos vemos ultimamente expostos a um cúmulo de mal-entendidos, e a dois especialmente graves: de um lado, pareceria que não há forma de *tomar a sério a cultura* sem cair no culturalismo que des-historiciza e despolitiza os processos e as práticas culturais; de outro, pensar a comunicação desde a cultura implicaria irremediavelmente sair do terreno “próprio” da comunicação, de seu âmbito teórico específico. A resposta do primeiro mal-entendido se acha na explicitação das medições que articulam os processos de comunicação com as diferentes dinâmicas que estruturam a sociedade, desde as econômicas e políticas até a que estrutura o campo no qual se insere a comunicação, a cultura. Compreensão que supõe a desconstrução do conceito de cultura para desvelar os entrecruzamentos e as mudanças de sentido – as clandestinas e paradoxais oposições e convivências entre conceições atuais e superadas mas que sobrevivem tenazmente aferradas às mais avançadas -, assim como o movimento das posições e os projetos políticos (2004, p. 211-212).

Sobre o segundo mal-entendido, retomarei o escrito há pouco: pensar a comunicação desde a cultura é fazer frente ao *pensamento instrumental* que tem dominado o campo da comunicação desde seu nascimento, e que hoje se autolegitima apoiado no otimismo tecnológico a que se acha associada a expansão do conceito de informação. O que aí se produz não é então um abandono do campo da comunicação mas sua desterritorialização, uma movimentação dos limites que têm demarcado esse campo, de suas fronteiras, suas vizinhanças e sua topografia, para desenhar *um novo mapa de problemas* em que caiba a questão dos sujeitos e das temporalidades sociais, isto é, a trama de modernidade, descontinuidades e transformações do *sensorium* que gravitam em torno dos processos de constituição dos discursos e dos gêneros nos quais se faz a comunicação coletiva (2004, p. 212-213).

Porém, se estamos mencionando esses mal-entendidos não é para resolvê-los academicamente mas para poder passar do problema da legitimidade teórica do campo da comunicação a uma questão diferente: a da sua *legitimidade intelectual*, isto é, a possibilidade de que a comunicação seja

um lugar estratégico desde o qual pensar a sociedade e de que o comunicador assuma o papel de intelectual. É para aí que aponta em última instância a perspectiva aberta pelo paradigma da mediação e a análise cultural, à pergunta pelo *peso social* de nossos estudos e nossas investigações diante da exigência de repensar as relações comunicação/sociedade e redefinir o próprio papel dos comunicadores. De não ser assim a expansão dos estudos de comunicação, e inclusive seu crescimento e sua qualificação teórica podem estar se convertendo hoje em uma verdadeiro álbi: aquele que nos permite esconder por trás da espessura e da densidade dos discursos logrados nossa incapacidade para acompanhar os processos e nossa demissão moral (2004, p. 213).

A mais de uma pessoa poderá escandalizar a proposta de que o comunicador se assuma como intelectual. Depois de todo o esforço feito em nossas escolas para assumir a dimensão produtiva de profissão, não estaríamos nos voltando para a época em que se confundia o estudo com a denúncia? Não. O que estamos propondo é que na medida em que o espaço da comunicação se torna a cada dia mais estratégico, decisivo para o desenvolvimento ou o bloqueio de nossas sociedades – como revela a espessa relação entre informação e violência, a incidência dos meios de comunicação na legitimação dos novos regimes autoritários, assim como nos processos de transição para a democracia, e das novas tecnologias na reorganização da estrutura produtiva, da administração pública e inclusive na “estrutura” da dívida externa -, se faz mais nítida a demanda social de um comunicador capaz de enfrentar a envergadura do que seu trabalho põe em jogo e as contradições que atravessam a sua prática. E isso é o que constitui a tarefa básica do intelectual: lutar contra o assédio do imediatismo e o fetiche da atualidade, pondo o contexto histórico a uma distância crítica que lhe permita compreender, e fazer compreender aos demais, o sentido e o valor das transformações que estamos vivendo. (2004, p. 213-214)

O campo de estudos da comunicação se forma na América Latina a partir do movimento cruzado de duas hegemonias: a do paradigma informacional/instrumental procedente da investigação norte-americana, e a da crítica ideológica denunciante nas ciências sociais latino-americanas. Entre essas hegemonias, modulando-as, se insere o estruturalismo semiótico francês. No fim dos anos 1960, a modernização desenvolvimentista propaga um modelo de sociedade que converte a comunicação no terreno de ponta da “difusão de inovações” e no motor da transformação social: comunicação identificada com os meios maciços, seus dispositivos tecnológicos, suas linguagens e seus saberes próprios. Do lado latino-americano, a teoria da dependência e a crítica do imperialismo cultural padecerão de outro reducionismo: aquele que nega à comunicação qualquer especificidade enquanto espaço de processos e práticas de produção simbólica e não só de reprodução ideológica (2004, p. 215).

A confrontação durante os anos 1970 desses dois reducionismos produz uma perigosa cisão entre saberes técnicos e crítica social, e uma verdadeira esquizofrenia entre posições teóricas e práticas profissionais. A inserção do estudo da comunicação na âmbito das ciências sociais possibilitou nesses anos a tematização da cumplicidade dos meios nos processos de dominação, porém significou também a redução do estudo dos processos de comunicação à generalidade da reprodução social, condenando as

tecnologias e suas linguagens a um irredutível exterior: o dos *aparelhos e instrumentos* (2004, p. 216).

Tanto o dispositivo do *efeito*, na versão psicológico-behaviorista, como a *mensagem* ou o *texto* na semiótico-estruturalista terminavam por referir o sentido dos processos de comunicação a uma imanência esvaziada do social: a da inevitável manipulação ou da fatal recuperação pelo sistema. A investigação da comunicação nesses anos não pôde superar sua dependência dos “modelos instrumentais” e do que Mabel Piccini chamou “a remissão acorrentada às totalidades”, que tornavam impossível a abordagem da comunicação como dimensão constitutiva da cultura e portanto da produção do social (2004, p. 217).

A partir da América Latina, essa movimentação dos limites do campo se traduz em um novo modo de relação com e desde as disciplinas sociais, não isento de receios e mal-entendidos, porém definido, mais que por recorrências temáticas ou empréstimos metodológicos, por *apropriações*: desde a comunicação trabalham-se processos e dimensões que incorporam perguntas e saberes históricos, antropológicos, estéticos. Ao mesmo tempo, a sociologia, a antropologia e a ciência política começam a se encarregar, já não de forma marginal, dos meios e dos modos como operam as indústrias culturais (2004, p. 218).

Tão decisiva quanto a assunção explícita do “tema” das mídias e das indústrias culturais pelas disciplinas sociais é a consciência crescente do estatuto *transdisciplinar* do campo, tornado evidente pela multidimensionalidade dos processos comunicativos e sua gravitação a cada dia mais forte em torno dos movimentos de desterritorialização e hibridações que a modernidade latino-americana produz (CANCLINI *apud* BARBERO, p. 219). Nessa nova perspectiva, indústria cultural e comunicações maciças são o nome dos novos processos de produção e circulação da cultura, que correspondem não só a inovações tecnológicas mas a novas formas de sensibilidade (2004, p. 219-220).

Transdisciplinaridade no estudo da comunicação não significa a dissolução de *seus* objetos nos das disciplinas sociais, mas a construção das articulações – mediações e intertextualidades – que fazem sua especificidade (FUENTES *apud* BARBERO, 2004, p. 220), essa especificidade que, hoje, nem a teoria da informação nem a semiótica, embora sejam disciplinas “fundamentais”, podem já construir (2004, p. 220).

Assumir esse novo olhar implica em primeiro lugar um movimento de ruptura com o *comunicacionismo*, que é a tendência ainda bem forte a ontologizar a comunicação como o lugar onde a humanidade revelaria sua mais secreta essência. Ou, em termos sociológicos, a idéia de que a comunicação constitui o motor e o conteúdo último da interação social (2004, p. 222).

O segundo movimento de ruptura é com o *mediacentrismo*, que resulta da identificação da comunicação com as mídias, já desde o culturalismo McLuhiano, segundo o qual as mídias fazem a história, ou desde seu contrário, o ideologismo althusseriano, que faz das mídias um mero aparelho de Estado. Desde McLuhan ou Althusser, compreender a comunicação é estudar *como funcionam* as tecnologias ou os “aparelhos”,

pois eles *fazem* a comunicação, a determinam e lhe dão sua forma (2004, p. 222-223).

E um terceiro movimento: superação do *marginalismo do alternativo* e sua crença em uma “autêntica” comunicação que se produziria por fora da contaminação tecnológico/mercantil das grandes mídias. A metafísica da autenticidade (ou da pureza) se toca com a suspeita que desde os de Frankfurt viu na indústria um instrumento espesso de desumanização e na tecnologia um obscuro aliado do capitalismo, e também um populismo nostálgico da fórmula essencial e originária, horizontal e participativa da comunicação que se conservaria escondida no mundo popular. Enganadora negação do midiacentrismo, sendo como é seu melhor complemento, o marginalismo do alternativo resulta o melhor alibi que tenha podido encontrar a visão hegemônica: existe algum fato melhor para ela que a configuração da procura e a construção de alternativas às margens da sociedade e as experiências microgrupais deixando-lhes livre o “centro” do campo? (2004, p. 224)

Ao lhes faltar tradição acadêmica e ao ter como campo de conhecimento processos estratégicos da vida política e cultural, os estudos de comunicação têm se visto permanentemente desgarrados entre uma tendência fundamentalista e outra praticista (2004, p. 236-237)

Trata-se de fazer com que a investigação responda a demandas de comunicação que, embora mediadas pela indústria cultural, possam dar expressão a necessidades coletivas e recolham fundamentais matrizes culturais do conjunto das raízes populares. Isso exige transformar a docência em um espaço de experimentação social, exige a abertura do trabalho acadêmico para novos modos de relação com a “vida real”. Pois o que torna *irreal*, especulativo e estéril o trabalho acadêmico não é a distância indispensável requerida pela produção de conhecimentos, mas a irrelevância social dos problemas abordados e o formalismo das soluções tanto teóricas como práticas. Entendemos então por *experimentação social* as estratégias do encontro da universidade com a realidade comunicacional do país, da região e do mundo, isto é, a articulação da docência e da pesquisa com projetos de formulação de demandas sociais e de desenho de alternativas (2004, p. 239).

Ligado ao anterior, configura-se outro âmbito de tensões: na medida em que a institucionalização de um campo supõe sua especialização disciplinar, a *especificidade latino-americana* que se expressa na proposta de inserir a pesquisa de comunicação no espaço das ciências sociais e no desenvolvimento dos estudos culturais suscita ultimamente polêmicas desqualificações. De um lado, o propósito de focalizar como eixo dos estudos a trama social dos processos comunicativos é visto como um obstáculo à delimitação do “objeto próprio” da disciplina, objeto que estaria, há tempos, definido pelo paradigma informacional e pela análise semiótica; e de outro esforço por assumir a envergadura e a espessura cultural da massmidiação é confundido com um culturalismo que despolitizaria os processos esquecendo o peso das estruturas de poder. Desde ambos os lados a *transdisciplinaridade* tem se convertido em catalisador de mal-estar e suspeitas, sendo acusada a falta de rigor e seriedade metodológica que lastraria a pesquisa latino-americana, impedindo-lhe atingir sua maioria, ou de desvalorizar a importância do

empírico na complexa tarefa de construção dos “novos objetos” (2004, p. 247-248).

Transdisciplinaridade que de modo algum significa a dissolução dos problemas-objetos do campo da comunicação nos de outras disciplinas sociais, mas a construção das articulações e intertextualidades que fazem possível pensar as mídias e as demais indústrias culturais como matrizes de desorganização e reorganização da experiência social e da nova trama de atores e estratégias de poder (2004, p. 249).

E especialmente na rejeição das ciências sociais a se encarregar da nova *cultura comunicacional* há algo mais que o déficit de legitimidade acadêmica que sofre em termos de “objeto” recente. Pareceria mais que sociólogos e antropólogos percebessem, obscuramente, o despedaçar-se das fronteiras que aquela traz em si – incluídas as dos seus campos de estudo – pela configuração de objetos móveis, nômades, de contornos difusos, impossíveis de encerrar nas malhas de um saber positivo e rigidamente parcelado. Até lá aponta o desafio: há nas transformações da sensibilidade que emergem na *experiência comunicacional* um fermento de mudanças no próprio saber, o reconhecimento de que por aí passam questões que atravessam por inteiro o desordenamento da vida urbana, o desajuste entre comportamento e crenças, a confusão entre realidade e simulacro (2004, p. 258).

E, de outra, alargamento que tem produzido nos estudos de comunicação a inclusão em sua agenda da envergadura antropológica das mudanças nos “modos de estar juntos”, isto é, novas formas de socialidade que empatam/conectam com os novos cenários urbanos de comunicação (2004, p. 396).

Tampouco o discurso da comunicação pode escapar a essas intertextualidades disciplinares; tentar economizá-las identificando a comunicação com UMA disciplina é reduzir o *campo* a uma *parcela*, que por mais rica que seja não poderá nunca deixar de ser um empobrecimento deformante e uma usurpação... das quais, de certa forma, se alimentam e vivem os prestígios do mundinho acadêmico, e onde justamente morre a investigação (2004, p. 426).

Com o que Fuentes está tomando conta da *questão de fundo* a que remete a insatisfação dos estudiosos e investigadores do campo comunicativo: a *construção teórica* da comunicação se torna mais complexa “conforme avança e de diversificam os fenômenos a explicar”. Daí a tentação de aguçar e dissolver essa complexa diversidade mediante sua *organização* em uma multiplicidade de *saberes especialistas*, com a qual neutraliza o que na comunicação transborda o saber disciplinar/disciplinado, ao qual Fuentes chama *pós-disciplinar*, uma vez que aquela dissolução em falso da complexidade está condenando as escolas de comunicação a confundir a comunicação enquanto *campo de conhecimento* com o *mercado laboral-profissional* dos comunicadores. A argumentação de Fuentes é decisiva: se a comunicação *social* se diferencia da informação em sua impossível redução ao intercâmbio de mensagens, pois o que constitui sua especificidade *sociocognitiva* é a *produção em comum de sentido*, então necessitamos deslocar “epistemologicamente e metodologicamente o foco de análise comunicativo” (2004, p 449).

Martín-Barbero (2006, p. 131) defende que a comunicação não deve ser pensada como “um problema de meios”, visão redutora do processo. Os meios devem ser situados “no âmbito das mediações, isto é, num processo de transformação cultural que não se inicia nem surge através deles, mas no qual eles passarão a desempenhar um papel importante a partir de um certo momento – os anos 1920” (2006, 197). Em um contexto em que a comunicação se converte em um “espaço estratégico” para pensar os bloqueios e as contradições que dinamizam as sociedades, Barbero (2006, p. 261) defende que “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”. A análise da cultura entra não como um tema a mais a ser pesquisado, mas como “o *lugar onde se articula* o sentido que os processos econômicos e políticos têm para uma sociedade”. Isso significa que os meios de comunicação de massa devem “construir sua história a partir dos processos culturais enquanto articuladores das práticas de comunicação – hegemônicas e subalternas – com os movimentos sociais” (2006, p. 232-233). Ele defende que adentrar nos processos de comunicação pela perspectiva dos movimentos sociais ajuda a “relativizar o midiacentrismo que domina o campo” (2004, p. 148-149). Em 1983, ele (2004, p. 17) propõe pela primeira vez seu “mapa noturno”, em que também coloca a necessidade de “re-situar o estudo dos meios desde a investigação das *matrizes culturais*, dos *espaços sociais* e das *operações comunicacionais* dos diferentes atores do processo”.

O campo dos estudos em Comunicação na América Latina estaria, de acordo com Barbero (2004, p. 215), formado pelo cruzamento de duas hegemonias: a do paradigma informacional/instrumental, vindo da pesquisa norte-americana; e a crítica ideológica denunciata nas ciências sociais latino-americanas. A essa fase em que o funcionalismo atribuía onipotência aos meios, a qual recaía sobre a ideologia, Martín-Barbero (2006, p. 280-282) chama “ideologista”. Ele acredita que esse recorte pelo “ideológico” – o comunicacionismo – não levou a uma especificidade para a comunicação. E este comunicacionismo, ao lado da denúncia que marcou o período, levaram a uma concepção intrumentalista dos meios de comunicação. A partir de meados da década de 70, a ideologia e a denúncia perdem espaço para o paradigma hegemônico baseado no “modelo informacional”. A esse período, marcado pela

proibição da “problematização de tudo aquilo para o qual não dispuséssemos de um método”, ele denomina cientificista.

Barbero (2004, p. 211) acrescenta que, posteriormente, alguns pesquisadores, influenciados pelas “inércias ideológicas e as modas acadêmicas” tentaram transformar a relação comunicação/cultura no mesmo tipo de “dispositivo totalizador dos discursos legítimos”. Além disso, justamente pela falta de tradição acadêmica e por “ter como campo de conhecimento processos estratégicos da vida política e cultural, os estudos de comunicação têm se visto permanentemente desgarrados entre um tendência fundamentalista e outra praticista” (2004, p. 236-237)

Martín-Barbero (2006, p. 280) acusa a necessidade de seguranças teóricas dos pesquisadores, que exigiria a busca de uma teoria única para a Comunicação, como a responsável por deixar a “verdade cultural dos países latino-americanos” em segundo plano. Daí que ele (2004, p. 21) tenha optado em trabalhar para “minar” essas certezas que o objeto próprio procura, “abrindo orifícios por onde oxigenar o campo e conectá-lo com as preocupações da reflexão filosófica e as buscas das ciências sociais”. Ele o fez usando “as mediações que articulam as práticas de comunicação com as dinâmicas culturais e os movimentos sociais”. Entretanto, Barbero considera que essa tentativa colocou seu trabalho como “irreconhecível” tanto para pesquisadores sociais quanto para os filósofos.

A perda do “objeto próprio” para a Comunicação levou ao encontro do “caminho do movimento social na comunicação, a comunicação em processo”. Ele fala, ainda, que outros, “gente das artes e da política, da arquitetura e da antropologia”, começaram a, sem falar de “comunicação”, questioná-la, trabalhá-la, produzi-la (2006, p. 280). Para se incluir no “âmbito das legitimidades teóricas”, a comunicação teria se subordinado a certas disciplinas, como psicologia e cibernética. E para sair dessa condição, a Comunicação teria pago “um custo muito mais alto”, que seria o esvaziamento de sua especificidade histórica em troca de uma concepção instrumental, “como a que espera que as transformações sociais e culturais sejam efeito da mera implantação de inovações tecnológicas” (2006, p. 287-288). Seria preciso perder essas seguranças para que se possa “ouvir o som das novas situações e dos novos problemas” (2004, p. 123).

Martín-Barbero (2006, p. 287) afirma que pensar os processos de comunicação a partir da cultura “significa deixar de pensá-los a partir das disciplinas e dos meios. Significa romper com a segurança proporcionada pela redução da problemática da

comunicação à das tecnologias”. Pois, na América Latina, o que acontece nos meios de comunicação não poderia ser compreendido sem levar em conta “as descontinuidades culturais que medeiam a significação dos discursos maciços e o sentido de seus usos sociais” (2004, p. 139). E pensar a comunicação a partir dos efeitos, na versão psicológico-behaviorista, ou como mensagem/texto, na perspectiva semiótico-estruturalista, esvazia os processos de comunicação do seu aspecto social (2004, p. 217)

E a mudança de paradigma é impulsionada não apenas pela limitação do modelo hegemônico, mas também pelos processos sociais latino-americanos, que transformaram “o ‘objeto’ de estudo dos investigadores da comunicação”. Como exemplo dessa mudança, Barbero (2006, p. 285) cita os títulos de seminários e congressos latino-americanos sobre comunicação no período, em que predominam termos como “transnacionalização”, “democracia”, “cultura” e “movimento popular”. Os latino-americanos estariam começando a “inventar” no campo da comunicação/cultura, ao “indisciplinar os saberes diante das fronteiras e dos cânones”, de acordo com Martín-Barbero (p. 2004, p. 19). Além disso, a América Latina deixa de ser um “*lugar no qual se conservam práticas de comunicação diferentes (ou seja exóticas)*” para ser um “*lugar a partir do qual*” se pensa “*diferentemente as transformações que atravessam as práticas e as técnicas de comunicação*” (2004, p. 29). Sendo que o traço mais característico da pesquisa em comunicação na América Latina vem da convergência das preocupações do cultural-popular (2004, p. 110). Para Martín-Barbero (2004, p. 123), a comunicação se tornou no subcontinente um “campo catalisador de algumas linhas de ponta da pesquisa social”, mas também uma moda acadêmica.

Barbero (2004, p. 110) acredita que a derrubada das fronteiras acadêmicas que limitam o campo da comunicação possibilita o encontro com a reflexão feita por sociólogos, antropólogos, historiadores e etc. Ele (2004, p. 218-220) fala que na América Latina os limites do campo da comunicação têm uma nova relação “com e desde as disciplinas sociais”, definida por apropriações: “desde a comunicação trabalham-se processos e dimensões que incorporam perguntas e saberes históricos, antropológicos, estéticos”. Simultaneamente, ciências como sociologia, antropologia e ciência política começam a tomar, não apenas de forma marginal, os meios e os modos de operar das indústrias culturais como objetos. Além disso, é crescente a consciência do estatuto transdisciplinar do campo da comunicação. Mas, de acordo com Barbero, a “transdisciplinaridade no estudo da comunicação não significa a dissolução de *seus*

objetos nos das disciplinas sociais”, e sim a construção de articulações (mediações e intertextualidades) “que fazem possível pensar as mídias e as demais indústrias culturais como matrizes de desorganização e reorganização da experiência social e da nova trama de atores e estratégias de poder” (2004, p. 249).

A proposta da transdisciplinaridade provoca tensões. Barbero (2004, p. 247-248) defende que a especificidade latino-americana é a proposta de inserir a pesquisa em comunicação no espaço das ciências sociais e nos Estudos Culturais. Essa proposta é criticada tanto pelos que defendem a especialização disciplinar quanto pelos que acham que ela despolitiza os processos. Ambos acreditam que a transdisciplinaridade envolve falta de rigor e seriedade metodológica e desvalorização da importância do empírico, ao levar a cabo a complexa tarefa de construção dos “novos objetos”.

As mudanças que emergem na comunicação, segundo Barbero (2004, p. 258) estariam alterando o próprio saber, ao romper as fronteiras entre disciplinas e propor “objetos móveis, nômades, de contorno difusos, impossíveis de encerrar nas malhas de um saber positivo e rigidamente parcelado. Daí o porquê de antropólogos e sociólogos rejeitarem se encarregar da comunicação, por perceberem que as mudanças também afetam a seus campos. Da mesma forma, o próprio discurso da comunicação, diz Barbero (2004, p. 426), não pode escapar às intertextualidades disciplinares. Identificar a comunicação com “UMA disciplina é reduzir o *campo* a uma *parcela*”. O espanhol defende que essa redução por mais rica que seja esta parcela, “não poderá nunca deixar de ser um empobrecimento deformante e uma usurpação... das quais, de certa forma, se alimentam e vivem os prestígios do mundinho acadêmico, e onde justamente morre a investigação”. Barbero cita Fuentes (2004, p. 449) também sobre essa redução: a dissolução da complexidade da comunicação em um saber especializado leva à confusão da “comunicação enquanto *campo de conhecimento* com o *mercado laboral-profissional* dos comunicadores”.

Martín-Barbero (2004, p. 222) defende três movimentos de ruptura: com o “comunicacionismo”, tendência a “ontologizar a comunicação como lugar onde a humanidade revelaria sua mais secreta essência”; com o “midiacentrismo”, que identifica a comunicação com as mídias; e com o “marginalismo do alternativo”, e a crença de que a comunicação autêntica se produz “fora da contaminação tecnológico/mercantil das grandes mídias”.

Martín-Barbero (2004, p. 126) destaca que o campo dos problemas da comunicação não pode ser delimitado pela teoria, e sim pelas práticas sociais de

comunicação, as quais vão além do que acontece nos meios e estão articuladas a espaços e processos políticos, religiosos, artísticos, entre outros, mediante os quais as classes populares exercem uma atividade de resistência e réplica. Além disso, destaca (2004, p. 209) que pensar a Comunicação na América Latina é cada vez mais uma “tarefa de envergadura antropológica”, devido às profundas transformações na cultura cotidiana que estão em jogo no subcontinente. Além disso, o pesquisador (2004, p. 396) fala que é preciso incluir na agenda da Comunicação a “envergadura antropológica das mudanças nos ‘modos de estar juntos’, isto é, novas formas de socialidade que empatam/conectam com os novos cenários urbanos de comunicação”.

Sobre o trabalho de pesquisa na “dupla fronteira da comunicação/cultura, Barbero (2004, p. 211-213) diz que existe um mal-entendido segundo o qual pensar a comunicação desde a cultura levaria o pesquisador a sair do “terreno ‘próprio’ da comunicação, de seu âmbito teórico específico”. Ele responde que colocar a questão da comunicação sob a perspectiva da cultura é uma oposição ao “*pensamento instrumental* que tem dominado o campo da comunicação desde o seu nascimento”. O que acontece ao se pensar a comunicação desde a cultura é uma “movimentação dos limites que têm demarcado esse campo”, para “desenhar *um novo mapa de problemas*”. Mas o autor destaca que responder a esses mal-entendidos não tem como objetivo “resolvê-los academicamente”, mas passar da questão da legitimidade teórica do campo para a legitimidade intelectual. Ou seja, a comunicação é “*um lugar estratégico desde o qual pensar a sociedade*” e o comunicador deve desempenhar o papel de intelectual. Caso contrário, a comunicação pode se tornar um “verdadeiro álibi”, o qual permitiria aos pesquisadores esconder a “incapacidade para acompanhar os processos e nossa demissão moral”. Aos que possam se escandalizar com a proposta de o comunicador se tornar intelectual, Barbero (2004, p. 213-214) responde que não se trata de voltar para o período em que a denúncia prevalecia na Comunicação, e sim o comunicador assumir seu papel em um momento em que a Comunicação está se tornando cada vez mais estratégica. Este papel de intelectual seria “lutar contra o assédio do imediatismo e o fetiche da atualidade, pondo o contexto histórico a uma distância crítica que lhe permita compreender, e fazer compreender aos demais, o sentido e o valor das transformações que estamos vivendo”.

Além disso, o espanhol defende que o trabalho acadêmico se aproxime da “vida real”, pois o que torna a pesquisa especulativa e estéril é “a irrelevância social dos problemas abordados e o formalismo das soluções tanto teóricas como práticas”. Para

Barbero, deve haver uma articulação entre a docência e a pesquisa com “projetos de formulação de demandas sociais e de desenho de alternativas (2004, p. 239).

(d) Mediação

Na obra de Martín-Barbero também é importante analisar o conceito de mediação. Seguem os trechos selecionados para essa análise:

Esta é a aposta e o objetivo deste livro: mudar o lugar das perguntas para tornar investigáveis os processos de constituição do massivo para além da chantagem culturalista que os converte inevitavelmente em processos de degradação cultural. E para isso, investigá-los a partir das mediações e dos sujeitos, isto é, a partir das articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais (2006, p. 29).

A imponência política e o anonimato social em que se consome a maioria dos homens reclama, exige esse suplemento-complemento, quer dizer, uma razão maior de imaginário cotidiano para poder viver. Eis aí, segundo Morin, a verdadeira *mediação*, a função de meio, que cumpre dia a dia a cultura de massa: a comunicação do real com o imaginário (2006, p. 91). Mas não é só meio: a literatura de cordel é também *mediação*. Por sua linguagem, que não é alta nem baixa, mas a mistura das duas. Mistura de linguagens e religiosidades. É nisso que reside a blasfêmia. Estamos diante de *outra literatura*, que se move entre a vulgarização do que vem de cima e sua função de válvula de escape de uma repressão que explode em sensacionalismo e sarcasmo. Que em lugar de inovar estereotipa, mas na qual essa mesma estereotipia da linguagem ou dos argumentos não vem só das imposições carreadas pela comercialização e adaptação do gosto a alguns formatos, mas também do dispositivo da repetição e dos modos do narrar popular (2006, p. 152).

Quer dizer, o editor utiliza os trabalhadores da gráfica como *mediadores* para selecionar tradições orais e *adaptar* textos que vêm da tradição culta. Mas a organização “industrial” não termina aí. Junto à organização da edição, encontramos uma *rede colpoteurs*, de bufarinheiros, ou vendedores ambulantes, que de feira em feira percorrem os campos e as pequenas vilas distribuindo os folhetos e retornando uma ou duas vezes por ano até o editor para informar-lhe do que se vende e do que não se vende, devolvendo-lhe o que não se vendeu e orientando assim a produção em função da demanda, isto é, servindo de mediadores entre a clientela e o empresário (2006, p. 152).

A obstinada persistência do melodrama, mais além e muito depois de desaparecidas suas condições de surgimento, e sua capacidade de adaptação aos diferentes formatos tecnológicos não podem ser explicadas nos termos de uma operação puramente ideológica ou comercial. Faz-se indispensável propor a questão das matrizes culturais, pois só daí é pensável a *mediação* efetivada pelo melodrama entre o folclore das feiras e o espetáculo popular-urbano, quer dizer, massivo. Mediação que no plano das narrativas passa pelo folhetim e no dos espetáculos pelo *music-hall* e o cinema. Do cinema ao radioteatro, uma história dos modos de narrar e da encenação da cultura de massas é, em grande parte, uma história do melodrama (2006, p. 172).

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 de democratização social. E de massa será a chamada a cultura popular. Isto porque, no momento em que a cultura popular tender a converter-se em cultura *de classe*, será ela mesma minada por dentro, transformando-se em cultura *de massa*. Sabemos que essa inversão vinha sendo gerada há muito tempo, mas ela não podia tornar-se efetiva senão quando, ao se transformarem as massas em classe, a cultura mudou de profissão e se converteu em espaço estratégico da hegemonia, passando a *mediar*, isto é, a encobrir as diferenças e reconciliar os gostos. Os dispositivos da mediação de massa acham-se assim ligados estruturalmente aos *movimentos no âmbito da legitimidade que articula a cultura*: uma sociabilidade que *realiza* a abstração da forma mercantil na materialidade tecnológica da fábrica e do jornal, e 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 (2006, p. 174-175).

Dizer “cultura de massa” equivale, em geral, a nomear aquilo que é entendido como um conjunto de meios massivos de comunicação. A perspectiva histórica que estamos esboçando aqui rompe com essa concepção e mostra que o que se passa na cultura, quando as massas emergem, não é pensável a não ser em sua articulação com as readaptações da hegemonia, que, desde o século XIX, fazem da cultura um espaço estratégico para a reconciliação das classes e a reabsorção das diferenças sociais. As invenções tecnológicas no campo da comunicação acham aí sua *forma*: o sentido que vai tomar sua *mediação*, a mutação da materialidade técnica em potencialidade socialmente comunicativa (2006, p. 196).

Estamos afirmando que as modalidades de comunicação que neles e com eles [meios] 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. Estamos *situando* os meios no âmbito das mediações, isto é, num processo de transformação cultural que não se inicia nem surge através deles, mas no qual eles passarão a desempenhar um papel importante a partir de um certo momento – os anos 1920 (2006, p. 197).

A indistinção entre ator e personagem produzia um novo tipo de mediação entre o espectador e o mito. Mediação que tinha no espaço da tela um dispositivo específico: o *primeiro plano*, com sua capacidade de aproximação e fascinação, mas também de difusão e popularização do rosto dos atores; fora da tela, essa mediação contava com a imprensa enquanto dispositivo muito eficaz de referência e tradução do mito em valores e pautas de comportamento cotidianos (2006, p. 204).

O sucesso do radioteatro deve muito menos ao *meio* rádio do que à mediação ali estabelecida com uma tradição cultural (2006, p. 240).

E de mediadores, a seu modo, entre o Estado e as massas, entre o rural e o urbano, entre as tradições e a modernidade, os meios tenderão cada vez

mais a constituírem-se no lugar da simulação e da desativação dessas relações. E embora tais meios continuem “mediando” e a simulação já existisse na própria origem de sua entrada em cena, algo vai mudar, neles, enquanto tendência (2006, p. 252).

Esses traços tecnodiscursivos que permitem no rádio *mediar o popular* como nenhum outro meio vão possibilitar sua renovação, a partir de um entrelaçamento privilegiado da modernizadora racionalidade informativo-instrumental com a mentalidade expressivo-simbólica do mundo popular (2006, p. 254).

Sobrecarregada tanto pelos processos de transnacionalização quanto pela emergência de sujeitos sociais e identidades culturais novas, *a comunicação* está se convertendo num espaço estratégico a partir do qual se podem pensar os bloqueios e as contradições que dinamizam essas sociedades-encruzilhada, a meio caminho entre um subdesenvolvimento acelerado e uma modernização compulsiva. 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 (2006, p. 261).

Por isso, em vez de fazer a pesquisa 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. À guisa de hipótese, recolhendo e dando forma a uma série de procuras convergentes, embora muitas delas não tenham como “objeto” a televisão, propõem-se três lugares de mediação: a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural (2006, p. 294-295).

A série e os gêneros fazem agora a mediação entre o tempo do capital e o tempo da cotidianidade (2006, p. 298).

Assim como a maior parte das pessoas vai ao cinema para ver um filme, ou seja, um filme policial ou de ficção científica ou de aventuras, do mesmo modo a dinâmica cultural da televisão atua pelos *seus gêneros*. A partir deles, ela ativa a competência cultural e a seu modo dá conta das diferenças sociais que a atravessam. 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 (2006, p. 300-301).

Entre a lógica do sistema produtivo e as lógicas dos usos, medeiam *os gêneros*. São suas regras que configuram basicamente os formatos, e nestes se ancora o reconhecimento cultural dos grupos (2006, p. 304).

E, no intento de *cartografar*, não só agendas como modos de investigar, em meados dos anos 1990 introduzi a inflexão semântica que me possibilitou passar – sem renunciar à ancoragem crítica e estrutural do conceito de *mediação* – dos mapas sobre as *mediações socioculturais* a partir dos quais operam e são percebidos os meios, para cartografar as *mediações comunicativas da cultura* – socialidade, institucionalidade, tecnicidade e ritualidade – que, ao tornar-se lugar antropológico da mutação cultural que

introduz a espessura (p. 19) comunicacional do social, reconfiguram hoje as *relações entre sociedade, cultura e política* (2004, p. 20).

Daí que minha investigação tenha sido dedicada em grande medida a “minar” as seguranças que o *objeto* próprio procura, abrindo orifícios por onde oxigenar o campo e busca das ciências sociais, tematizando insistentemente as mediações que articulam as práticas de comunicação com as dinâmicas culturais e os movimentos sociais. (2004, p. 20).

Achamos-nos em processo de construção de um novo modelo de análise que coloca a *cultura* como mediação, social e teórica, da *comunicação* com o popular, que faz do espaço cultural o eixo desde o qual encontrar dimensões inéditas do conflito e vislumbrar novos objetos a pesquisar (2004, p. 110).

Aparece então a impossibilidade de seguir identificando o maciço com o que acontece nos meios, já que no maciço toma corpo um novo paradigma cultural que ultrapassa os meios e que nos obriga a referir o sentido destes, fora deles mesmos, aos mediadores, aos modelos culturais e por conseqüência aos contextos – religiosos, escolar, familiar etc. – a partir dos quais, ou em contraste com os quais, os grupos e os indivíduos vivem essa cultura (2004, p. 130).

No campo da comunicação, falar de história se reduziu a falar da história dos meios, coisa que ou os autonomiza ao estilo de McLuhan, dotando-os de sentido por si mesmos, ou faz depender esse sentido de sua relação, quase sempre exterior e mecânica, com as forças produtivas e os interesses de classe. Agora, tratar-se-ia de outra coisa: de uma história dos processos culturais enquanto articuladores das práticas comunicativas com os movimentos sociais, o que implica inserir a comunicação no espaço das “mediações” nas quais os processos econômicos deixam de ser uma parte exterior do processos simbólicos e estes por sua vez aparecem como constitutivos e não só expressivos dos sentido social (2004, p. 130-131).

Quatro pesquisas – coincidente, mas também, sintomaticamente, todas elas levadas a cabo ou dirigidas por mulheres – vieram mostrar a validade e o alcance da nova perspectiva: o rádio como mediador entre o Estado e as massas, entre o rural e o urbano, entre as tradições e modernidade (2004, p. 166).

Olhar desde aí a televisão implica propor uma análise que não tem como eixo nem o meio nem o texto, mas as mediações nas quais se materializam as construções que vêm da lógica econômica e industrial, como articuladores não só de interesses mercantis mas também de demandas sociais e de diferentes modos de ver (2004, p. 173-174).

Propomos então um mapa que se movimenta sobre dois eixos: um diacrônico, ou histórico, de larga duração – tensionado entre as *Matrizes Culturais* (MC) e os *Formatos Industriais* (FI) - , e outro sincrônico, tensionado pelas *Lógicas de Produção* (LP) em sua relação com as *Competências de Recepção ou Consumo* (CR). Por sua vez, as relações entre as MC e as LP se acham mediadas por diferentes regimes de *Institucionalidade*, enquanto as relações entre as MC e as CR estão mediadas por diversas formas de *Socialidade*. Entre as LP e os FI medeiam as *Tecnicidades*, e entre os FI e as CR as *Ritualidades* (2004, p. 230).

Uma das definições apresentadas por Martín-Barbero é que investigar a partir das mediações e dos sujeitos significa estudar “a partir das articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais”, neste caso se referindo a como investigar os processos de formação do massivo (2006, p. 29). Em outro momento, Barbero (2004, p. 20) diz que as mediações articulam as práticas de comunicação com as dinâmicas culturais e os movimentos sociais”. Diz também que a “história dos processos culturais enquanto articuladores das práticas comunicativas com os movimentos sociais” insere a comunicação no espaço das mediações, onde os “processos econômicos deixam de ser uma parte exterior dos processos simbólicos e estes por sua vez aparecem como constitutivos e não só expressivos do sentido social (2004, p. 131).

Posteriormente, ele cita que Morin define “a verdadeira *mediação*, a função de meio, que cumpre dia a dia a cultura de massa: a comunicação do real com o imaginário” (2006, p. 91).

Em mais uma definição, o espanhol diz que os meios devem ser situados no âmbito das mediações, ou seja, “num processo de transformação cultural que não se inicia nem surge através deles, mas no qual eles passarão a desempenhar um papel importante a partir de um certo momento – 1920”. Isso significa que as mediações têm existência anterior aos meios de comunicação de massa, mas estes têm papel fundamental a partir de um determinado período (2006, p. 197).

Barbero fala também que passar dos meios às mediações significa passar para “as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e para a pluralidade de matrizes culturais” (2006, p. 261). Ou ainda, a análise da televisão deve ter como eixo as “mediações nas quais se materializam as construções que vêm da lógica econômica e industrial, como articuladores não só de interesses mercantis mas também de demandas sociais e de diferentes modos de ver” (2004, p 174-175). Partir das mediações é partir dos “lugares dos quais provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultura da televisão”. Ele propõe ainda três lugares de mediação: “cotidianidade familiar, temporalidade social e competência cultural” (2006, p. 294-295). Em meados da década de 1990, Martín-Barbero (2004, p. 19-20) afirma ter introduzido a “inflexão semântica” que o faz passar dos mapas das mediações socioculturais para as “*mediações comunicativas da cultura* – socialidade, institucionalidade, tecnicidade e ritualidade”. As quais, “ao tornar-se lugar antropológico da mutação cultural que introduz a

espessura comunicacional do social, reconfiguram hoje as *relações entre sociedade, cultura e política*”.

Barbero (2004, p. 110) também coloca que pensar a “*cultura* como mediação, social e teórica, da comunicação com o popular” se trata do processo de construção de um novo modelo de análise. Isto faz com que o espaço cultural se torne o eixo onde é possível encontrar dimensões inéditas do conflito e novos objetos de pesquisa.

O autor também cita a literatura de cordel como um exemplo do que seria uma mediação. Ela não é só meio, porque sua linguagem não é nem alta, nem baixa, e sim uma mistura das duas. Mais a frente ele volta a exemplificar, dizendo que os trabalhadores de gráfica atuam como mediadores entre as tradições orais e os textos cultos, assim como os vendedores ambulantes dos folhetos de literatura popular fazem o papel de mediadores entre a clientela desses textos e o empresário (2006, p. 152). O melodrama também exerce uma mediação: entre o folclore das feiras e o espetáculo popular-urbano, ou seja, massivo (2006, p. 172). A cultura de massa também realiza a mediação entre as classes sociais, encobrendo o conflito entre elas “produzindo sua resolução no *imaginário* assegurando assim o consentimento ativo dos dominados” (2006, p. 175). A confusão entre ator e personagem também é enumerada como um tipo de mediação, esta ocorrendo entre o espectador e o mito (2006, p. 204).

Os exemplos expostos indicam que a mediação seria um ponto intermediário entre dois pólos, o “meio termo” entre dois objetos. Daí a importância dessa proposta dentro da obra de Martín-Barbero, que defende sempre a saída da “razão dualista” da investigação, de oposição entre pólos opostos. A mediação seria esse “lugar” que está entre esses opostos e que permite uma compreensão mais completa dos fenômenos complexos. Também não significa que a mediação seja feita por um ente físico apenas, pois os mediadores são verdadeiros atores sociais e não apenas intermediários (2004, p. 434-435).

Néstor García Canclini

O antropólogo argentino Néstor García Canclini vive, atualmente, no México, depois de passar por universidades de diversos países, entre elas Stanford, Barcelona, Buenos Aires e São Paulo. Ele integra a área de investigação sobre cultura do Departamento de Antropologia da Universidade Autônoma Metropolitana, no México. Publicou *Culturas Híbridas, Estratégias para Entrar e Sair da Modernidade*;

Consumidores e Cidadãos; A Globalização Imaginada e Diferentes, desiguais e desconectados.

Entre suas obras mais conhecidas, destaca-se *Culturas Híbridas, Estratégias para Entrar e Sair da Modernidade*, publicada em 1989. Com a proposta de uma perspectiva transdisciplinar e o conceito de híbrido, o autor reflete sobre a heterogeneidade da modernidade latino-americana (SAINTOUT, 1998, p. 111).

Canclini (2008, p. 27) diz que neste livro ele busca conectar a revisão da teoria da modernidade com as transformações ocorridas desde a década de 80 na América Latina. Entre essas mudanças está a alteração no que se entendia por modernização econômica e política.

Na obra, o autor propõe uma organização específica da apresentação dos textos:

Também quis evitar a simples acumulação de ensaios separados que reproduziria a compartimentação, o paralelismo, entre disciplinas e territórios. Por meio da estrutura do livro, tento retrabalhar a conceituação da modernidade em várias disciplinas, com abordagens multifocais e complementares (CANCLINI, 2008, p. 29).

García Canclini desenvolve em *Culturas Híbridas* um de seus conceitos mais influentes, o de hibridação:

Entendo por hibridação processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas. Cabe esclarecer que as estruturas chamadas discretas foram resultado de hibridações, razão pela qual não podem ser consideradas fontes puras (2008, p. XIX).

Ele se propõe a mostrar nesta obra como os estudos sobre hibridação modificaram o modo de falar sobre identidade, cultura, diferença, desigualdade, multiculturalismo e sobre os pares organizadores dos conflitos nas ciências sociais: tradição-modernidade, norte-sul, local-global. Mas ele questiona também por que a questão do híbrido adquiriu tanto peso em anos recentes, se não chega a ser uma característica nova do desenvolvimento histórico (2008, p. XVII).

No prefácio à edição inglesa de *Culturas Híbridas*, Canclini (2008, p. XIX) reconhece que a discussão epistemológica não foi suficientemente abordada no livro, mas que os debates gerados permitiram uma elaboração mais precisa da localização e do estatuto do conceito de hibridação nas ciências sociais.

No mesmo texto, ele afirma que, depois da época em que escreveu o livro, ficou mais claro que a interação dos setores populares com os hegemônicos, do local com o tradicional não pode ser lida apenas como antagonismo. “As *majors* da indústria

musical, por exemplo, são empresas que se movem com desenvoltura entre o global e o nacional” (*idem*, p. XXXVII).

Outra proposta importante do pesquisador argentino é a do consumo cultural, desenvolvida em *Consumidores e Cidadãos*. O livro reúne uma série de artigos do autor sobre o tema, em que ele tenta compreender como as mudanças na maneira de consumir alteraram as possibilidades e as formas de exercer a cidadania. Estas sempre estiveram associadas à capacidade de apropriação de bens de consumo e à maneira de usá-los, mas supunha-se que essas diferenças eram compensadas pela igualdade em direitos abstratos que se concretizava ao votar, ao sentir-se representado por um partido político ou um sindicato (2006, p. 29).

Ao analisar no primeiro capítulo deste livro como o consumo serve para pensar, partimos da hipótese de que, quando selecionamos os bens e nos apropriamos deles, definimos o que consideramos publicamente valiosos, bem como os modos de nos integrarmos e nos distinguirmos na sociedade, de combinarmos o pragmático e o aprazível. Em seguida, exploramos como as visões de consumo e de cidadania poderiam mudar se as estudássemos conjuntamente, com instrumentos da economia e da sociologia política, mas tomando-as também como processos culturais, recorrendo, portanto, à antropologia para tratar da diversidade e do multiculturalismo. (2006, p. 35).

Canclini (2006, p. 50) diz que o livro “está a meio caminho entre um trabalho de investigação e um conjunto de ensaios”. Sendo que os três primeiros capítulos têm como base estudos empíricos realizados na Cidade do México, a fim de ajudar a compreender as transformações na cultura nessa cidade e em outras cidades da América Latina. Já os quatro últimos textos “se apóiam tanto em levantamentos bibliográficos pessoais quanto na pesquisa coletiva que coordenei sobre as mudanças de hábitos e gostos dos espectadores de cinema, televisão e vídeo em quatro cidades mexicanas” (2006, p. 51).

Sobre *Consumidores e Cidadãos*, o autor diz, ainda, que:

Gostaria que este livro fosse lido como uma conversa com antropólogos, sociólogos e especialistas em comunicação, com artistas, escritores e críticos de arte e literatura sobre o que significa ser cidadãos e consumidores em meio às mudanças culturais que alteram a relação entre o público e o privado (CANCLINI, 2006, p. 52).

Vamos, então, analisar, nessas duas obras do autor, as definições encontradas para recepção, Estudos Culturais, Comunicação e, também, hibridação e consumo.

– Definições

(a) *Recepção*

Para o termo recepção foram destacados os seguintes trechos em *Culturas Híbridas e Consumidores e Cidadãos*:

Hoje vemos os processos de consumo como algo mais complexo que uma relação entre meios manipuladores e dóceis audiências. Um bom número de estudos sobre comunicação de massa tem mostrado que a hegemonia cultural não se realiza mediante ações verticais, nas quais os dominadores capturariam os receptores: entre uns e outros se reconhecem *mediadores*, como a família, o bairro e o grupo de trabalho. Nessas análises deixou-se também de conceber os vínculos entre aqueles que emitem as mensagens e aqueles que as recebem como relações, unicamente, de dominação. A comunicação não é eficaz se não inclui também interações de *colaboração e transação* entre uns e outros (2006, p. 59-60).

Primeiro escolhemos dois escritores, Jorge Luis Borges e Octavio Paz, cujas conquistas inovadoras, ao mesmo tempo que consolidaram a autonomia do campo literário, fizeram deles protagonistas da comunicação massiva. Depois, acompanharemos alguns movimentos nas artes plásticas que procuram unir a experimentação com a herança pré-moderna e com a simbologia popular. Analisar as dificuldades encontradas ao querer arraigar a arte contemporânea nessas duas tradições leva a repensar os debates a respeito da comunicação e da democratização das inovações simbólicas, o papel de críticos e funcionários das instituições culturais, mas nos interessa sobretudo conhecer o que acontece com os receptores, o que significa, da perspectiva dos visitantes dos museus, dos leitores ou espectadores, ser público da modernidade (2008, p. 99-100).

Perceber as limitações desses movimentos serviu para que se deixasse de tratar os espectadores como artistas reprimidos ou discriminados. Para não interpretar o fato de que os espectadores não fossem artistas como uma carência, solucionável mediante uma pedagogia generosa ou a transferência abnegada dos meios de produção cultural. Se relacionarmos essa conclusão com o que as teorias da recepção literária propõem sobre a leitura como *um ato de produção de sentido* e ao mesmo tempo *assimétrico* com o da escrita, é possível chegar a uma visão mais atraente sobre o que acontece nas relações entre produção e recepção da arte (2008, p. 139-140).

Uma mudança metodológica pode abrir-nos outra perspectiva. Até aqui nos perguntamos qual o destino da modernidade da perspectiva dos que a emitem, comunicam e reelaboram. É necessário observar como se desenvolve do ponto de vista dos receptores. Um caminho para averiguá-lo é a pesquisa sobre o consumo cultural. O outro é o estudo e o debate sobre a situação das culturas populares. Essa segunda via em parte se superpõe à anterior, ainda que não inteiramente: porque os únicos receptores da cultura não são as classes populares e porque do ponto de vista teórico e metodológico ambas as estratégias de pesquisa seguiram rumos separados (2008, p. 140)

É difícil saber que serviços a cultura presta à hegemonia com a escassa informação disponível sobre consumo cultural nos países latino-

americanos. Conhecemos as intenções das políticas modernizadoras, mas há pouquíssimos estudos a respeito de sua recepção. Existem estatísticas de frequência de público em algumas instituições e pesquisa de mercado dos meios massivos. Nem as instituições nem a mídia costumam averiguar quais os padrões de percepção e compreensão a partir dos quais seus públicos se relacionam com os bens culturais; menos ainda, que efeitos geram em sua conduta cotidiana e em sua cultura política (2008, p. 140).

O estudo do consumo artístico no México revela diferenças entre a oferta dos museus e os códigos de recepção do público (2008, p. 149).

Uma primeira conclusão é que esses desencontros entre emissores e receptores da arte não devem ser vistos como desvios ou incompreensões dos segundos com respeito a um suposto sentido verdadeiro das obras. Se o sentido dos bens culturais é uma construção do campo, ou seja, das interações entre os artistas, o mercado, os museus e os críticos, as obras não contêm significados fixos, estabelecidos de uma vez e para sempre (2008, p. 150).

Do mesmo modo, a noção de público é perigosa se a tomarmos como um conjunto homogêneo e de comportamentos constantes. O que se denomina público, a rigor, é uma soma de setores que pertencem a estratos econômicos e educativos diversos, com hábitos de consumo cultural e disponibilidade diferentes para relacionar-se com os bens oferecidos no mercado. Sobretudo nas sociedades complexas, em que a oferta cultural é muito heterogênea, coexistem vários estilos de recepção e compreensão, formados em relações díspares com bens procedentes de tradições cultas, populares e massivas. Essa heterogeneidade se acentua nas sociedades latino-americanas pela convivência de temporalidades históricas distintas (2008, p. 150).

Sobre essas bases, a estética da recepção questiona que existam interpretações únicas ou corretas, como tampouco falsas dos textos literários. Toda escrita, toda mensagem, está infestada de espaços em branco, silêncios, interstícios, nos quais se espera que o leitor produza sentidos inéditos (2008, p. 150-151).

É claro que as obras costumam incluir instruções mais ou menos veladas, dispositivos retóricos, para induzir leituras e delimitar a atividade produtiva do receptor. Uma visão mais sociológica, em geral ausente na estética da recepção, incluirá nessas estratégias de condicionamento as operações editoriais e museográficas, a publicidade e a crítica. Mas o fundamental é que se reconheça a assimetria entre emissão e recepção, e se veja nessa assimetria a possibilidade de ler e olhar a arte (2008, p. 151).

Ainda que a estética da recepção trabalhe com textos literários, seu giro paradigmático é aplicável a outros campos artísticos (2008, p. 151).

A assimetria que quase todos os autores da estética da recepção examinam como se só ocorresse entre o texto e o leitor é uma assimetria também entre os membros do campo artístico. Mais ainda: entre os poderes desiguais de artistas, difusores e público que dão a cada um capacidades diferentes de configurar as interpretações que serão julgadas mais legítimas. O conflito pela consagração da leitura legítima deve ser incluído na análise. Daí a importância de estudar, como alguns especialistas do campo literário, os

“pactos de leitura” que são estabelecidos entre produtores, instituições, mercado e público para tornar possível o funcionamento da literatura. Na medida em que se concretizam esses pactos reduz-se a arbitrariedade das interpretações, os desencontros entre a oferta e a recepção. Definem-se acordos com respeito ao que podemos chamar a *comunidade hermenêutica possível* em uma sociedade e em um tempo dados, que permitem aos artistas e escritores saber que graus de variabilidade e inovação podem manejar para relacionar-se com que públicos, às instituições definir políticas de comunicação e aos receptores entender melhor em que pode constituir sua atividade produtora de sentido (2008, p. 152).

Reconhecer o papel relativamente independente dos consumidores e, portanto, sua especificidade como objeto de estudo, não implica esquecer sua posição subordinada. Afirmar que a cultura dos receptores tem uma história diferente, paralela às estratégias dos receptores hegemônicos, não quer dizer que a política cultural não tenha sido no México um projeto deliberadamente dos governantes, exercido através de conflitos e lutas, de transações e pactos socioculturais (2008, p. 153-154)

Irei ainda mais longe. Percebe-se às vezes uma cumplicidade entre as avaliações quantitativas do consumo, a desatenção às necessidades qualitativas – diversas – de setores diferentes e um certo autoritarismo. A democratização da cultura é pensada como se se tratasse de anular a distância e a diferença entre artistas e público. Por que perseguir uma correspondência entre artistas e receptores? É base de uma sociedade democrática criar as condições para que todos tenham acesso aos bens culturais, não apenas materialmente, mas dispondo dos recursos prévios – educação, formação especializada no campo – para entender o significado concebido pelo escritor ou pelo pintor. Porém há um componente autoritário quando se quer que as interpretações dos receptores coincidam inteiramente com o sentido proposto pelo emissor. Democracia é pluralidade cultural, polissemia interpretativa. Uma hermenêutica ou uma política que fecha a relação de sentido entre artistas e público é empiricamente irrealizável e conceitualmente dogmática (2008, p. 156).

Em meados do século falava-se em *cultura de massa*, ainda que logo tenha percebido e que os novos meios de comunicação, como o rádio e a televisão, não eram propriedades das massas. Parecia mais justo chamá-la *cultura para a massa*, mas essa designação durou enquanto pôde ser sustentada a visão unidirecional da comunicação que acreditava na manipulação absoluta dos meios e supunha que suas mensagens eram destinadas às massas, receptoras submissas. A noção de *indústrias culturais*, útil aos frankfurtianos para produzir estudos tão renovadores quanto apocalípticos, continua servindo quando queremos nos referir ao fato de que cada vez mais bens culturais não são gerados artesanal ou individualmente, mas através de procedimentos técnicos, máquinas e relações de trabalho equivalentes aos que outros produtos na indústria geram; entretanto, esse enfoque costuma dizer pouco sobre *o que* é produzido e *o que* acontece com os receptores (2008, p. 257).

Nesse momento, interessa destacar que, sabendo que as comunicações massivas põem em cena de um modo diferente o popular, ignoramos quase tudo sobre o modo como os setores populares assumem essa transformação. Porque a refutação da onipotência dos meios ainda não levou a saber como

se articulam na recepção com os demais sistemas – cultos, populares tradicionais – de organização do sentido (2008, p. 263).

Não basta admitir que os discursos são recebidos de diferentes formas, que não existe uma relação linear nem monossêmica na circulação do sentido. Se a intersecção do discurso “midiático” com outros mediadores sociais gera um campo de efeitos e esse campo não é definível só do ponto de vista da produção, conhecer a ação das indústrias culturais requer explorar os processos de mediação, as regras que regem as transformações entre um discurso e seus efeitos (VERÓN APUD CANCLINI). Mas a escassez de estudos sobre consumo, que são antes pesquisas quantitativas de mercado e opinião, ainda permite avançar pouco na reformulação das relações entre comunicação massiva e recepção popular (2008, p. 263).

O que sabemos hoje sobre as operações interculturais dos meios massivos e as novas tecnologias, sobre a reapropriação que diversos receptores fazem deles, afasta-nos das teses sobre a manipulação onipotente dos grandes conglomerados metropolitanos. Os paradigmas clássicos segundo os quais foi explicada a dominação são incapazes de dar conta da disseminação dos centros, da multipolaridade das iniciativas sociais, da pluralidade de referências – tomadas de diversos territórios – com que os artistas, os artesãos e os meios massivos montam suas obras (2008, p. 346).

Para Canclini (2006, p. 60), existem mediadores no processo de comunicação, processo o qual não é eficaz se não incluir também relações de “*colaboração e transação*” entre emissores e receptores, além da dominação.

García Canclini (2008, p. 100) fala que o principal interesse é entender o que “acontece com os receptores, o que significa, da perspectiva dos visitantes dos museus, dos leitores ou espectadores, ser público da modernidade”.

O autor (2008, p. 140) acredita que as teorias da recepção literária podem tornar mais claro o que acontece nas relações entre produção e recepção da arte. Segundo essas teorias, a leitura é “*um ato de produção de sentido e ao mesmo tempo assimétrico com o da escrita*”.

Além disso, ele afirma que uma mudança metodológica pode abrir outra perspectiva para a investigação. Do questionamento do destino da modernidade para os que a emitem, comunicam e reelaboram, deve-se partir para a observação do ponto de vista dos receptores. Segundo Canclini, existem dois caminhos para avaliá-lo: a pesquisa sobre consumo cultural e o estudo e debate da situação das classes populares. Mas deve-se levar em consideração que esta segunda via se superpõem em parte à primeira, pois as classes populares não são os únicos receptores da cultura. Além disso, as duas estratégias seguiram rumos teórico-metodológicos separados. Canclini afirma que, na América Latina, existe uma escassa informação disponível sobre o consumo

cultural, o que torna difícil saber que “serviços a cultura presta à hegemonia”. Pois se sabe sobre “as intenções políticas modernizadores, mas há pouquíssimos estudos a respeito de sua recepção”. As informações que se tem sobre o público dizem respeito à frequência em algumas instituições e à pesquisa de mercado dos meios, mas pouco se investiga sobre os padrões de percepção e compreensão com os quais os públicos se relacionam com os bens culturais.

O autor cita um estudo empírico realizado no México sobre o consumo artístico, a recepção nos museus, o qual revelou “diferenças entre a oferta dos museus e os códigos de recepção do público” (2008, p. 149). Sem que isso signifique que houve desvios ou incompreensões dos receptores em relação ao sentido verdadeiro das obras. Pois Canclini (2008, p. 150-151) afirma que “se o sentido dos bens culturais é uma construção do campo, ou seja, das interações entre os artistas, o mercado, os museus e os críticos, as obras não contêm significados fixos, estabelecidos de uma vez e para sempre”. Um outro aspecto apontado pelo autor é o fato de que o público não é um conjunto homogêneo e que age sempre da mesma forma. O público “é uma soma de setores que pertencem a estratos econômicos e educativos diversos, com hábitos de consumo cultural e disponibilidade diferentes para relacionar-se com os bens oferecidos no mercado”. Ainda mais nas sociedades complexas, em que coexistem vários estilos de recepção, formados por bens de tradições cultas, populares e massivas. A estética da recepção dos textos literários questiona que existam interpretações únicas ou corretas, assim como não existem interpretações falsas. “Toda escrita, toda mensagem, está infestada de espaços em branco, silêncios, interstícios, nos quais se espera que o leitor produza sentidos inéditos”. Isso não quer dizer que as obras não contenham “instruções mais ou menos veladas” para delimitar a atividade produtiva da recepção. Canclini diz que “o fundamental é que se reconheça a assimetria entre emissão e recepção”.

García Canclini (2008, p. 152) afirma existir ainda um conflito entre os poderes desiguais de artistas, difusores e público para configurar quais as interpretações serão consideradas mais legítimas. Decorre deste conflito a importância de se estudar os “pactos de leitura” que são estabelecidos entre produtores, instituições, mercado e público para tornar possível o funcionamento da literatura. Para diminuir os desencontros entre a oferta e a recepção, definem-se acordos na “comunidade hermenêutica possível” em uma dada sociedade, num tempo específico. Sem se deixar de lado, contudo, a perspectiva de que o reconhecimento do papel relativamente independente dos receptores não implica que não tenham uma posição subordinada,

como lembra Canclini (2008, p. 153-154). Mas ele critica os que defendem que democratizar a cultura seja anular as diferenças existentes entre artistas e públicos, pois a polissemia interpretativa e a pluralidade cultural são desejáveis. Afirma, inclusive, que fechar a relação de sentido entre emissores e receptores tem um componente de autoritarismo, e é empiricamente irrealizável e conceitualmente dogmático (2008, p. 156).

Canclini (2008, p. 257) comenta também a inadequação de conceitos como “cultura de massa”, deixado de lado já que as massas não tinham a propriedade dos meios; “cultura para a massa”, que vigorou enquanto se pensou a comunicação como um processo unidirecional entre meios manipuladores e massas receptoras submissas; e “indústrias culturais”, que diz pouco sobre o que é produzido e o que acontece com o receptor. O autor (2008, p. 263) acrescenta que “a refutação da onipotência dos meios ainda não levou a saber como se articulam na recepção com os demais sistemas – cultos, populares tradicionais – de organização do sentido”. Não é suficiente admitir que existem diversas formas de recepção, e que a relação de circulação do sentido é polissêmica e não-linear. É preciso investigar os processos de mediação, “as regras que regem as transformações entre um discurso e seus efeitos”.

O que se sabe sobre a reapropriação que os receptores fazem dos meios massivos é que não procedem as “teses sobre a manipulação onipotente dos grandes conglomerados metropolitanos”, pois essas não dão conta da “disseminação dos centros, da multipolaridade das iniciativas sociais, da pluralidade de referências – tomadas de diversos territórios – com que os artistas, os artesãos e os meios massivos montam suas obras (2008, p. 346).

(b) Estudos Culturais

Sobre Estudos Culturais, foram selecionados os trechos abaixo para análise, a partir das duas obras de Canclini estudadas:

Entender as transições das identidades “clássicas” (nações, classes, etnias), que já não nos restringem como antes, às novas estruturas globais, que consideram de outro modo nossos interesses e desejos, é pensar a recomposição das relações sociais e insatisfações do fim do século XX. Essas insatisfações podem ser tratadas como um mal-estar da época, uma crise universal dos paradigmas e das certezas, como o fazem muitos discursos pós-modernos, ou estudando-se empiricamente suas peripécias em um contexto específico. Tanto o primeiro estilo de indagação, predominante nas humanidades e nos *cultural studies* anglo-saxões, quanto o segundo, próprio das ciências sociais, que são mais influentes nos estudos

culturais latino-americanos, têm sua legitimidade. A existência neste livro de análises sobre como se *narra* a crise da multiculturalidade em tempos de globalização e de *investigações empíricas* sobre a maneira como isto ocorre nas cidades e nos processos de comunicação revela o propósito de trabalharmos em ambos os registros (2006, p. 14-15).

O crescente diálogo entre especialistas em estudos culturais dos Estados Unidos e da América Latina é feito através da análise de discursos, em grande parte literários e artísticos. Ainda que seja um mérito desta corrente haver reivindicado testemunhos, textos populares e outros excluídos do cânone, geralmente as investigações se limitam à cultura não industrializada, e sua elaboração crítica fica circunscrita às instituições universitárias. Nesta conversa acadêmica, o que ocorre nos meios de comunicação de massa não está muito presente, exceto quando pode ser reduzido às problemáticas legitimadas pelo universo culto. A enorme expansão dos estudos de comunicação nos Estados Unidos e na América Latina, e sobretudo seus dados rígidos a respeito das inversões, da reestruturação industrializada da produção simbólica e do consumo de massa, raramente encontra eco nos estudos culturais. A admirável “enciclopédia” *Cultural Studies*, editada por Lawrence Grossberg, Cary Nelson e Paula Treichler, no decorrer de suas oitocentas páginas, não oferece quase nenhum dado estatístico ou gráficos, em suma, há muito pouco material empírico, apesar de vários textos falarem da comunicação, do consumo e da mercantilização da cultura. É curioso que só alguns autores, entre eles Grossberg em outro trabalho (1992), mostrem uma incisiva compreensão da simbólica de massa. (2006, p. 17)

Mas penso que a descrição geral das opções de política cultural que aqui assinalo e a análise de seu significado para a multiculturalidade são também pertinentes ao diálogo que apenas se inicia entre os estudos culturais latino-americanos e os *cultural studies* estadunidenses. Talvez este seja um dos pontos de onde caberia retomar as contribuições dos *cultural studies* britânicos, mais sensíveis à importância da industrialização dos meios de comunicação, e cuja vitalidade e renovação foram comprovadas em intervenções como as de Stuart Hall e Phillip Schlessinger, entre outras, na reunião promovida em outubro de 1996 pela Universidade de Stirling, entre especialistas europeus e latino-americanos (Canclini, 1997). (2006, p. 19)

Nos estudos britânicos também encontramos uma preocupação maior pelo papel do Estado, pois a função que este desempenhou na Inglaterra, como representante da esfera pública e como regulador dos interesses privados, é historicamente mais importante do que nos Estados Unidos (2006, p. 19).

Como antecipei no texto que apresentei na reunião de Stirling, talvez a discrepância fundamental entre os estudos culturais latino-americanos e os *cultural studies* possa sintetizar-se assim: na América Latina o que se tem chamado de pluralismo ou heterogeneidade cultural é entendido como parte da nação, enquanto no debate estadunidense, como explicam vários autores, multiculturalismo significa separatismo (Hughes, Taylor, Walzer) (2006, p. 19-20).

As convergências e diferenças ao conceber a multiculturalidade em distintas regiões se manifestam também nas maneiras de situar os lugares de enunciação ou os postos de observação dos pesquisadores que realizam estudos culturais. No pensamento norte-americano é possível encontrar constantes questionamentos às teorias universalistas que contrabandearam,

sob a aparência de objetividade, as perspectivas coloniais, ocidentais, masculinas, brancas e de outros setores. Algumas dessas críticas desconstrucionistas têm sido elaboradas também nas ciências sociais e nas humanidades latino-americanas: pensadores nacionalistas, marxistas e outros associados à teoria da dependência delinearão objeções semelhantes às teorias sociais e culturais metropolitanas e utilizaram criativamente, a partir da década de 1960, as obras de Gramsci e Fanon, que, nos últimos anos, têm sido propostas pelos *cultural studies* estadunidenses – e por alguns latino-americanistas – como novidade, sem nenhuma referência às reelaborações feitas na América Latina de tais autores, com objetivos análogos. Por outro lado, em outros aspectos, como as contribuições do pensamento feminista aos estudos culturais, há um fraco desenvolvimento por parte de quase todos os principais especialistas latino-americanos, embora o diálogo mais fluente com a academia anglo-saxã esteja reequilibrando um pouco esta carência (Hollanda, 1995; Richard, 1996). (2006, p. 22)

O especialista em cultura ganha pouco estudando o mundo a partir de identidades parciais: seja a partir das metrópoles, das nações periféricas ou pós-coloniais, das elites, dos grupos subalternos de uma disciplina isolada, ou do saber totalizado. Aquele que realiza estudos culturais fala a partir das intersecções (2006, p. 23)

Isto implica deixar de conceber os estudos culturais apenas como uma análise hermenêutica e passar a concebê-los como um trabalho científico que combine a significação e os fatos, os discursos e suas raízes empíricas. Em resumo, trata-se de construir uma racionalidade que possa entender as razões de cada um e a estrutura dos conflitos e das negociações (2006, p. 23).

Na medida em que o especialista em estudos culturais queira realizar um trabalho cientificamente consistente, seu objetivo final não é representar a voz dos silenciados, mas entender e nomear os lugares em que suas questões ou sua vida cotidiana entram em conflitos com os outros. As categorias de contradição e conflito estão, portanto, no núcleo desta maneira de conceber os estudos culturais. Porém, não para ver o mundo a partir de um só lugar da contradição, mas para compreender sua estrutura atual e sua possível dinâmica. As utopias de mudança e justiça, neste sentido, podem articular-se com o projeto dos estudos culturais, não como prescrição do modo como devem selecionar-se e organizar-se os dados, mas como estímulo para indagar sob que condições (reais) o real pode deixar de ser a repetição da desigualdade e da discriminação, para converter-se em palco do reconhecimento dos outros (2006, p. 24).

Entretanto, para produzir blocos históricos que promovam políticas contra-hegemônicas (Beverly, 1996) – interesse do qual compartilho –, é conveniente distinguir entre conhecimento e ação, entre ação e atuação. Ou seja: entre ciência, política e teatro. Um conhecimento descentrado da própria perspectiva, que não fique subordinado às possibilidades de atuar transformadoramente ou de dramatizar a própria posição nos conflitos, pode ajudar a compreender melhor as múltiplas perspectivas em cuja interação se forma cada estrutura intercultural. Os estudos culturais, entendidos como estudos científicos, podem ser essa forma de renunciar à parcialidade do próprio ponto de vista para reivindicá-lo como sujeito não delirante da ação política (2006, 24-25).

A intermediação do mercado e de grande parte da crítica, ao dar “consistência” a esta exaltação do irracionalismo como suposta essência do latino-americano, contribui hoje para que as fixações fundamentalistas da identidade continuem se opondo às leituras construtivistas do multiculturalismo e ignorando seu caráter polifônico, imaginário e híbrido. Por isso, entender como as indústrias culturais e a massificação urbana se articulam para preservar as culturas locais e, ao mesmo tempo, fomentar maior abertura e transnacionalização dessas culturas me parece uma tarefa-chave dos estudos culturais. Dito de outra forma: como coexistem as ideologias que representam e solenizam esses dois movimentos, ou seja, o fundamentalismo e o cosmopolitismo (2006, p. 116-117).

Esses processos incessantes, variados, de hibridações levam a relativizar a noção de identidade. Questionam, inclusive, a tendência antropológica e a de um setor dos estudos culturais ao considerar as identidades como objeto de pesquisa. A ênfase na hibridação não enclausura apenas a pretensão de estabelecer identidades “puras” ou “autênticas”. Além disso, põe em evidência o risco de delimitar identidades locais autocontidas ou que tentam afirmar-se como radicalmente opostas a sociedade nacional ou à globalização (2008, XXII-XXIII).

Enfim, não vamos resumir atropeladamente uma história aberta e indecisa. Apenas deixamos registrado que nesse movimento enfrentamos ao mesmo tempo a dificuldade de incorporar aos estudos culturais:

- Novos *processos de produção* industrial, eletrônica e informática que reorganizam o que chamávamos de culto e popular.
- Outros *formatos*, que aparecem às vezes como um novo tipo de bens (desde a fotografia e as histórias em quadrinhos até a televisão e o vídeo).
- *Processos de circulação* massiva e transnacional, que não correspondem apenas às inovações tecnológicas e de formato, pois são aplicáveis a qualquer bem simbólico, tradicional ou moderno.
- Novos tipos de *recepção* e *apropriação*, cuja variedade vai da concentração individual a que se é obrigado quando se está muitas horas diante da tela da televisão ou do computador, até os usos horizontais do vídeo por grupos de educação alternativa para fortalecer a comunicação e a integração crítica. (2008, p. 258).

Canclini (2006, p. 14-15) faz uma diferenciação entre os *cultural studies* anglo-saxões e os Estudos Culturais Latino-Americanos. Para este autor, a corrente anglo-saxã trata os problemas da modernidade como “um mal-estar da época, uma crise universal dos paradigmas e das certezas, como o fazem muitos discursos pós-modernos”. Já os Estudos Culturais característicos da América Latina tratam a questão estudando-a empiricamente. Ele se propõe a trabalhar em ambos os registros, tanto com as “análises sobre como se *narra* a crise da multiculturalidade em tempos de globalização” como com as “*investigações empíricas* sobre a maneira como isto ocorre nas cidades e nos processos de comunicação”.

Mais a frente na mesma obra, García-Canclini (*idem*, p. 17) aponta para a falta de estudos empíricos sobre comunicação tanto na corrente dos *cultural studies* quanto dos Estudos Culturais Latino-Americanos. Os especialistas dos Estados Unidos e da América Latina se dedicam prioritariamente à análise de discursos de textos literários e artísticos, deixando de lado a comunicação de massa. Os dados empíricos, as estatísticas e os gráficos raramente aparecem nessa produção, apesar de se falar em comunicação.

Um ponto importante de diálogo entre os Estudos Culturais Latino-Americanos e os *cultural studies* dos Estados Unidos são as opções de política cultural e seu significado para a multiculturalidade. Canclini (*idem*, p. 19-20) acrescenta que os *cultural studies* britânicos têm mais a contribuir nesta discussão, por serem mais sensíveis à importância da industrialização dos meios de comunicação e por terem uma preocupação maior em relação ao papel desempenhado pelo Estado. Ele destaca que, provavelmente, a discrepância fundamental entre a corrente latino-americana e a norte-americana dos Estudos Culturais é que no subcontinente a pluralidade de culturas é entendida como parte da nação, enquanto nos Estados Unidos, o multiculturalismo está ligado a separatismo. Para Canclini (*idem*, p. 22) diferenças como esta e convergências também se manifestam nas maneiras de situar os lugares de enunciação ou postos de observação dos pesquisadores que realizam Estudos Culturais. Nos Estados Unidos, são feitos constantes questionamentos às teorias universalizantes que contrabandearam, em nome da objetividade, as perspectivas coloniais, ocidentais, masculinas, brancas e de outros setores. Na América Latina, alguns pesquisadores nacionalistas, marxistas e associados à teoria da dependência também fizeram críticas parecidas às teorias sociais e culturais. Estes começaram a utilizar, na década de 60, as obras de Gramsci e Fanon em sua reflexão, o que foi seguido pelos autores estadunidenses, sem que dessem o devido crédito às reelaborações feitas pelos latino-americanos, aponta Canclini. Já em relação aos estudos feministas, a corrente latino-americana dos Estudos Culturais se desenvolve de maneira mais frágil, apesar de que o crescente diálogo com a academia anglo-saxã estar começando a recuperar essa carência, de acordo com o autor.

Canclini (*idem*, p. 23-24) afirma que o especialista em cultura tem pouco a ganhar se dedicando à pesquisa das identidades parciais: “seja a partir das metrópoles, das nações periféricas ou pós-coloniais, das elites, dos grupos subalternos de uma disciplina isolada ou do saber totalizado. Aquele que realiza estudos culturais fala a partir das intersecções”. Ele também propõe que os Estudos Culturais deixem de ser apenas uma análise hermenêutica e que os pesquisadores da área passem a tratá-lo como

um trabalho científico. Assim, o objetivo do especialista em Estudos Culturais deixa de ser “representar a voz dos silenciados, para entender e nomear os lugares em que suas questões ou sua vida cotidiana entram em conflitos com os outros”.

Canclini (2008, p. XXII-XXIII) também faz uma crítica à tendência de um setor dos Estudos Culturais que considera as identidades como objeto de pesquisa. De acordo com ele, os incessantes processos de hibridações levaram a uma relativização do conceito de identidade, que torna difícil falar em identidades “puras” ou “autênticas” e evidencia o risco de tentar delimitar identidades locais autocontidas ou que sejam totalmente opostas à nacional e à globalização.

García Canclini (2006, p. 24-25) também propõe que seja feita uma distinção entre ciência, política e teatro. Pois um conhecimento que não esteja subordinado às possibilidades de atuação ou dramatização da própria posição, pode contribuir mais para a compreensão das múltiplas perspectivas em cuja interação se forma cada estrutura intercultural. “Os Estudos Culturais, entendidos como estudos científicos, podem ser essa forma de renunciar à parcialidade do próprio ponto de vista para reivindicá-lo como sujeito não delirante da ação política”.

Uma das tarefas-chave dos Estudos Culturais, apontada por Canclini (*idem*, p. 116-117), é compreender como a indústria cultural e a massificação urbana se articulam para, simultaneamente, preservar as culturais locais e promover a transnacionalização destas. Ou seja, entender como coexistem ideologias que representam movimentos opostos: o fundamentalismo e o cosmopolitismo.

O autor comenta, ainda, que tem sido difícil incluir nos Estudos Culturais os novos processos de produção que reorganizam o culto e o popular; os formatos que aparecem como um novo tipo de bens; o processo de circulação massiva e transnacional de bens simbólicos; e os novos tipos de recepção e apropriação, que são tão variados quanto a concentração individual de quem está na frente do computador ou da TV e os usos do vídeo pelos grupos de educação alternativa (2008, p. 258).

(c) Comunicação

Seguem abaixo os trechos escolhidos para a análise do pensamento do autor sobre Comunicação:

Alguns autores latino-americanos, nos quais me incluo, têm trabalhado no estudo e reconhecimento *cultural* destas modalidades diversas de comunicação, mas têm feito pouco pela valorização teórica destes circuitos

populares como foros onde se desenvolvem redes de intercâmbio de informação e aprendizagem da cidadania em relação ao consumo dos meios de comunicação de massa contemporâneos, para além das idealizações fáceis do populismo político e comunicacional (2006, p. 38).

Ter trabalhado com antropólogos, sociólogos, comunicólogos e historiadores da arte deu-me a possibilidade de obter informações novas e multifocais sobre as interações microssociais na vida cotidiana e sobre as macro-tendências de que falam os censos e as enquêtes. Coordenar as contribuições de uns e de outros foi, mais do que uma tarefa administrativa ou de rotina acadêmica, experimentar o estimulante desafio de suas discrepâncias (2006, p. 51).

Gostaria que este livro fosse lido como uma conversa com antropólogos, sociólogos e especialistas em comunicação, com artistas, escritores e críticos de arte e literatura sobre o que significa ser cidadãos e consumidores em meio às mudanças culturais que alteram a relação entre o público e o privado (2006, p. 52).

Nessas análises deixou-se também de conceber os vínculos entre aqueles que emitem as mensagens e aqueles que as recebem como relações, unicamente, de dominação. A comunicação não é eficaz se não inclui também interações de *colaboração e transação* entre uns e outros (2006, p. 60).

Para avançar nesta linha é necessário situar os processos comunicacionais em um quadro conceitual mais amplo, que pode surgir das teorias e investigações sobre o consumo (2006, p. 60).

Que disciplina é mais pertinente para o conhecimento dos novos processos culturais urbanos: a sociologia, a antropologia ou os estudos de comunicação? (2006, p. 76)

Um dos fatos centrais dos anos 1980 e 1990 foi a dissolução dos espaços políticos de negociação. Assim como a análise microssocial da antropologia nos ajuda a descobrir o papel-chave das interações e dos pactos nos conflitos, o estudo *comunicacional* dos modos como estão se reorganizando as interações sociais através da videopolítica permite perceber as tendências que impedem a negociação (2006, p. 208).

Assim como não funciona a oposição abrupta entre o tradicional e o moderno, o culto, o popular e o massivo não estão onde estamos habituados a encontrá-los. É necessário demolir essa divisão em três pavimentos, essa concepção em camadas do mundo da cultura, e averiguar se sua *hibridação* pode ser lida com as ferramentas das disciplinas que os estudam separadamente: a história da arte e a literatura que se ocupam do “culto”; o folclore e a antropologia, consagrados ao popular; os trabalhos sobre comunicação, especializados na cultura massiva. Precisamos de ciências sociais nômades, capazes de circular pelas escadas que ligam esses pavimentos. Ou melhor: que redesenhem esses planos e comuniquem os níveis horizontalmente (2008, p. 19).

A história da arte, a literatura e o conhecimento científico tinham identificado repertórios de conteúdos que deveríamos dominar para sermos *cultos* no mundo moderno. Por outro lado, a antropologia e o folclore,

assim como os populismos políticos, ao reivindicar o saber e as práticas tradicionais, constituíram o universo do *popular*. As indústrias culturais geraram um terceiro sistema de mensagens *massivas* do que se ocuparam novos especialistas: comunicólogos e semiólogos (2008, p. 21).

Na América Latina, o popular não é o mesmo quando é posto em cena pelos folcloristas e antropólogos para os museus (a partir dos anos 20 e 30), pelos comunicólogos para os meios massivos (desde os anos 50), e pelos sociólogos políticos para o Estado ou para os partidos e movimentos de oposição (desde os anos 70) (2008, p. 207).

A definição comunicacional de popular abandona também o caráter ontológico que o folclore lhe atribuiu. O popular não consiste no que o povo é ou tem, mas no que é acessível para ele, no que gosta, no que merece sua adesão ou usa com freqüência. Com isso é produzida uma distorção simetricamente oposta à folclórica: o popular é dado de fora ao povo. Essa maneira heteronômica de definir a cultura subalterna é gerada, em parte, pela onipresença que se atribui à mídia. Ainda não acabamos de sair do deslumbramento que suscitou nos comunicólogos ver a rapidez com que a televisão multiplicava sua audiência na etapa da acumulação primitiva de públicos (2008, p. 261).

[Estudos sobre consumo] É, contudo, um espaço propício para o trabalho transdisciplinar. Trata-se de um problema *comunicacional*, que exige conceitos e instrumentos metodológicos mais sutis que os habitualmente usados nas pesquisas de público e de mercado. Mas a teoria e as técnicas de observação *antropológica*, o treinamento dessa disciplina para obter conhecimentos diretos nas microinterações da vida cotidiana, podem ajudar a entender como os discursos da mídia se inserem na história cultural, nos hábitos de percepção e compreensão dos setores populares (2008, p. 263-264).

A oscilação entre reprodutivistas e neogramscianos torna manifesta uma tensão entre duas operações básicas da investigação científica que percorrem todas as pesquisas sobre o popular: refiro-me ao confronto entre dedução e indução. Chamamos *dedutivistas* os que definem as culturas populares indo do geral ao particular, segundo os traços que lhes teriam sido impostos: pelo modo de produção, pelo imperialismo, pela classe dominante, pelos aparelhos ideológicos ou pelas indústrias culturais. Os dedutivistas, como ainda acontece em certos estudos comunicacionais, acreditam ser legítimo inferir do pretenso poder manipulador do Estado ou da mídia o que acontece na recepção popular. Não reconhecem autonomia ou diferença nas culturas subalternas, em seu modo de relacionar-se, comunicar e resistir. Para os dedutivistas, a única coisa que sabemos sobre as classes populares é o que os setores hegemônicos querem fazer com elas. (2008, p. 275)

A bifurcação entre essas tendências manifesta-se também ao escolher as técnicas de investigação. Os dedutivistas preferem as pesquisas e as estatísticas, que permitem estabelecer as grandes linhas do comportamento massivo. Os indutivistas preferem a etnografia, a observação prolongada no campo e nas entrevistas abertas, porque lhes interessa registrar a especificidade de pequenos grupos (2008, p. 276).

Essa oposição pode parecer esquemática e maniqueísta, mesmo sendo fácil dar exemplos de dedutivistas e indutivistas puros. Sem dúvida, existem antropólogos, sociólogos e comunicólogos que falam de interações complexas entre o macro e o micros social. À força de trabalhar no campo e deixar-se desafiar pelos fatos, conseguem romper com os pressupostos do etnocentrismo e do relativismo, percebem também o que escapa a suas matrizes conceituais e a seus métodos. Mas é significativo que – apesar da evidente importância desses processos de interação – disponhamos de tão poucos conceitos e recursos metodológicos para trabalhar neles (2008, p. 276).

Seria o caso de trabalhar juntos, buscando sem preconceitos a objetividade, para acabar com as políticas culturais e as investigações cindidas. Um estudo interdisciplinar flexível, em que admitamos a cota de verdade do outro, soldaria as fendas entre folcloristas e antropólogos situados de um lado, sociólogos e comunicólogos que se entrincheiram de outro (2008, p. 277).

Mas como realizar um trabalho científico com essa noção dispersa, essa existência disseminada do popular, apreendida em um lugar pelos folcloristas, em outro pelos sociólogos, acolá pelos comunicólogos? É um pergunta que nenhuma associação pode responder sozinha. Se existe um caminho, não acreditamos que possa prescindir do trabalho transdisciplinar. Não digo interdisciplinar porque isto costuma significar que os diversos especialistas justapõem conhecimentos obtidos fragmentária e paralelamente (2008, p. 281).

Canclini (2006, p. 38) se coloca ao lado de Martín-Barbero no grupo de autores latino-americanos que trabalham no estudo e reconhecimento cultural das diversas modalidades de comunicação. Entretanto, acredita que poderia ser feito mais “pela valorização teórica destes circuitos populares como foros onde se desenvolvem redes de intercâmbio de informação e aprendizagem da cidadania em relação ao consumo dos meios de comunicação de massa contemporâneos”.

Na análise de García Canclini (*idem*, p. 60), ele deixou de trabalhar com a idéia de que os vínculos entre emissores e receptores são exclusivamente de dominação, pois a “comunicação não é eficaz se não inclui também interações de *colaboração e transação* entre uns e outros”. E para avançar nesse sentido é preciso situar os processos de comunicação num “quadro conceitual mais amplo, que pode surgir das teorias e investigações sobre o consumo”.

O autor considera positivo para o desenvolvimento de sua pesquisa ter trabalhado com diferentes especialistas: antropólogos, sociólogos, comunicólogos e historiadores da arte. Além de coordenar as contribuições dos diferentes campos, ele acredita que foi desafiador experimentar as discrepâncias entre eles. Em seu livro

Consumidores e cidadãos, inclusive, ele propõe que a obra seja uma “conversa” com os diferentes especialistas sobre “o que significa ser cidadãos e consumidores em meio às mudanças culturais que alteram a relação entre o público e o privado” (*idem*, p. 51-52). Canclini (*idem*, p. 76) também questiona qual disciplina seria mais pertinente para entender os novos processos culturais urbanos: se a sociologia, a antropologia ou se seriam os estudos de comunicação.

García Canclini defende que, para estudar o culto, o popular e o massivo, não funciona uma simples oposição entre eles. Por isso, é preciso romper com a divisão existente, para ver se essa hibridação entre as “camadas do mundo da cultura” pode ser lida usando-se as ferramentas das disciplinas que os estudam separadamente (história da arte e literatura pesquisando o culto; folclore e antropologia, o popular; e comunicação, a cultura massiva). Canclini afirma que são necessárias ciências nômades, “capazes de circular pelas escadas que ligam esses pavimentos. Ou melhor: que redesenhem esses planos e comuniquem os níveis horizontalmente”.

Canclini (2008, p. 261) diz, ainda, que a definição comunicacional de popular é influenciada pela onipresença atribuída à mídia, pois o popular é dado de fora ao povo. “Ainda não acabamos de sair do deslumbramento que suscitou nos comunicólogos ver a rapidez com que a televisão multiplicava sua audiência na etapa da acumulação primitiva de públicos”.

García Canclini (*idem*, p. 275-276) diferencia a pesquisa sobre o popular entre duas tendências: a investigação dedutivista e a indutivista. Os primeiros dão ênfase em pesquisas e estatísticas que permitem alcançar as grandes linhas do comportamento massivo; enquanto os outros preferem a etnografia, a observação prolongada no campo e nas entrevistas abertas, voltadas para a especificidade de pequenos grupos. Apesar do esquematismo e maniqueísmo desta oposição, Canclini afirma que existem exemplos de pesquisadores que trabalham nessa linha. Mas que há, também, os investigadores da antropologia, sociologia e da comunicação que se dedicam a falar das interações entre o macro e o microssocial, embora se tenha poucos conceitos e recursos metodológicos para trabalhar essas interações. Por isso, Canclini (*idem*, p. 277) defende que os estudos sejam interdisciplinares, flexíveis, unindo os folcloristas e antropólogos, que estão de um lado; e os sociólogos e comunicólogos, que estão do outro. Mais a frente, o autor (*idem*, p. 281) fala que a existência disseminada do popular só poderá ser investigada por um trabalho transdisciplinar. Ao defender a transdisciplinaridade, Canclini (*idem*, p. 263-264) diz que problemas comunicacionais exigem conceitos e instrumentos

metodológicos de outras disciplinas, como a antropologia, para compreender os discursos da mídia. Ele justifica, ainda, a opção pelo transdisciplinar: “Não digo interdisciplinar porque isto costuma significar que os diversos especialistas justapõem conhecimentos obtidos fragmentária e paralelamente” (*idem*, p. 281).

(d)Hibridação

Os trechos a seguir se referem ao conceito de hibridação:

Vou ocupar-me de como os estudos sobre hibridação modificaram o modo de falar sobre identidade, cultura, diferença, desigualdade, multiculturalismo e sobre pares organizadores dos conflitos nas ciências sociais: tradição-modernidade, norte-sul, local-global. Por que a questão do híbrido adquiriu ultimamente tanto peso se é uma característica antiga do desenvolvimento histórico? (2008, p. XVII)

Há que começar discutindo se *híbrido* é uma boa ou uma má palavra. Não basta que seja muito usada para que a consideremos respeitável. Pelo contrário, seu profuso emprego favorece que lhe sejam atribuídos significados discordantes. Ao transferi-la da biologia às análises socioculturais, ganhou campos de aplicação, mas perdeu univocidade. Daí que alguns preferiram continuar a falar de sincretismo em questões religiosas, de mestiçagem em história e antropologia, de fusão em música. Qual é a vantagem, para a pesquisa científica, de recorrer a um termo carregado de equivocidade? (2008, p. XIX)

Parto de uma primeira definição: *entendo por hibridação processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas*. Cabe esclarecer que as estruturas chamadas discretas foram resultado de hibridações, razão pela qual não podem ser consideradas fontes puras (2008, p. XIX).

A construção lingüística (Bakhtin; Bhabha) e a social (Friedman; Hall; Papastergiadis) do conceito de hibridação serviu para sair dos discursos biológicos e essencialistas da identidade, da autenticidade e da pureza cultural (2008, p. XXI).

Pelo que foi dito acima, alguns de nós propomos deslocar o objeto de estudo *da identidade para a heterogeneidade e a hibridação interculturais* (Goldberg). Já não basta dizer que não há identidades caracterizadas por essências autocontidas e aistóricas, nem entendê-las como as formas em que as comunidades se imagem e constroem relatos sobre sua origem e desenvolvimento. Em um mundo tão fluidamente interconectado, as sedimentações identitárias organizadas em conjuntos históricos mais ou menos estáveis (etnias, nações, classes) se reestruturam em meio a conjuntos interétnicos, transclassistas e transnacionais (2008, p. XXIII).

Cabe perguntar, então, para onde conduz a hibridação e se serve para reformular a pesquisa intercultural e o projeto de políticas culturais transnacionais e transétnicas, talvez globais.

Uma dificuldade para cumprir esses propósitos é que os estudos sobre hibridação costumam limitar-se a *descrever* misturas interculturais. Mal começamos a avançar, como parte da reconstrução sociocultural do conceito, para dar-lhe poder *explicativo*: estudar os processos de hibridação situando-os em relações estruturais de causalidade. E dar-lhe capacidade *hermenêutica*: torná-lo útil para interpretar as relações de sentido que se reconstroem nas misturas (2008, p. XXIV).

A esta altura, há que dizer que o conceito de hibridação é útil em algumas pesquisas para abranger conjuntamente contatos interculturais que costumam receber nomes diferentes: as fusões raciais ou étnicas denominadas *mestiçagem*, o *sincretismo* de crenças e também outras misturas modernas entre o artesanal e o industrial (2008, p. XXVII).

Os termos empregados como antecedentes ou equivalentes de hibridação, ou seja, mestiçagem, sincretismo e crioulização, são usados em geral para referir-se a processos tradicionais, ou à sobrevivência de costumes e formas de pensamento pré-modernos no começo da modernidade. Uma das tarefas deste livro é construir a noção de hibridação para designar as misturas interculturais propriamente modernas, entre outras, aquelas geradas pelas integrações dos Estados nacionais, os populismos políticos e as indústrias culturais. Foi necessário, por isso, discutir os vínculos e desacordos entre modernidade, modernização e modernismo, assim como as dúvidas de que a América Latina seja ou não um continente moderno (2008, p. XXX).

Considero atraente tratar a *hibridação* como um termo de tradução entre mestiçagem, sincretismo, fusão e os outros vocábulos empregados para designar misturas particulares. Talvez a questão decisiva não seja estabelecer qual desses conceitos abrange mais e é mais fecundo, mas, sim, como continuar a construir princípios teóricos e procedimentos metodológicos que nos ajudem a tornar este mundo mais traduzível, ou seja, convivível em meio a suas diferenças, e a aceitar o que cada um ganha e está perdendo ao hibridar-se (2008, p. XXXIX).

A hibridação modifica o modo de falar sobre uma série de conceitos: identidade, cultura, diferença, desigualdade, multiculturalismo e sobre os pares tradição-modernidade, norte-sul, local-global. Canclini (2008, p. XVII) questiona por que a questão do híbrido, que é antiga no desenvolvimento histórico, adquiriu tanto peso recentemente.

Ele propõe que seja discutida a pertinência do emprego do termo híbrido, que ao ser retirado de seu sentido único da biologia, ganhou em aplicações e perdeu em univocidade. As muitas formas de empregar a palavra favorecem que algumas delas tenham significado discordante. Canclini apresenta sua definição para hibridação como sendo os “*processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e*

práticas”, sendo que por discretas ele entende que as estruturas já são resultado de hibridação, não existindo de forma pura (2008, p. XIX).

Canclini (*idem*, p. XXI) fala que o conceito de hibridação ajudou a ultrapassar os “discursos biologicísticos e essencialistas da identidade, da autenticidade e da pureza cultural”.

Dessa forma, a proposta é deslocar o objeto de estudo da identidade, caracterizada por essências autocontidas e a-históricas, para a heterogeneidade e a hibridação interculturais, típicas de um mundo interconectado, com sedimentações identitárias mais ou menos estáveis (etnias, nações, classes) se reestruturando em meio a conjuntos interétnicos, transclassistas e transnacionais (*idem*, p. XXIII).

García Canclini (*idem*, XXIV) enfatiza que os estudos de hibridação não devem se restringir à descrição de misturas interculturais e, sim, ganhar poder explicativo, para estudar os processos situando-os em relações estruturais de causalidade. Além disso, devem ganhar capacidade hermenêutica, para poder interpretar as relações de sentido reconstruídas nas misturas.

O termo hibridação abrange “contatos interculturais” que recebem nomes diferentes, como mestiçagem, fusões raciais ou étnicas; e sincretismo, fusão de crenças; de acordo com Canclini (2008, p. XXVII). Esses termos são usados geralmente para designar processos tradicionais ou costumes e formas de pensamento pré-moderno que sobrevivem no começo da modernidade (*idem*, p. XXX). A hibridação seria uma tradução entre mestiçagem, sincretismo, fusão, entre outros (*idem*, p. XXXIX).

(e) Consumo cultural

Os trechos das duas obras de Canclini separados para o estudo do consumo cultural são:

É neste sentido que a proponho reconceitualizar o consumo, não como simples cenário de gastos inúteis e impulsos irracionais, mas como espaço que serve para pensar, e no qual se organiza grande parte da racionalidade econômica, sociopolítica e psicológica nas sociedades (2006, p. 14).

Vamos afastando-nos da época em que as identidades se definiam por essências a-históricas: atualmente configuram-se no consumo, dependem daquilo que se possui, ou daquilo que se pode chegar a possuir. As transformações constantes nas tecnologias de produção, no *design* de objetos, na comunicação mais extensiva ou intensiva entre sociedades – e o que isto gera em relação à ampliação de desejo e expectativas – tornam

instáveis as identidades fixadas em repertórios de bens exclusivos de uma comunidade étnica ou nacional (2006, p. 30-31).

Ao analisar no primeiro capítulo deste livro como o consumo serve para pensar, partimos da hipótese de que, quando selecionamos os bens e nos apropriamos deles, definimos o que consideramos publicamente valiosos, bem como os modos de nos integrarmos e nos distinguirmos na sociedade, de combinarmos o pragmático e o aprazível. Em seguida, exploramos como as visões de consumo e de cidadania poderiam mudar se as estudássemos conjuntamente, com instrumentos da economia e da sociologia política, mas tomando-as também como processos culturais, recorrendo, portanto, à antropologia para tratar da diversidade e do multiculturalismo (2006, p. 35).

Hoje vemos os processos de consumo como algo mais complexo que uma relação entre meios manipuladores e dóceis audiências (2006, p. 59).

A comunicação não é eficaz se não inclui também interações de *colaboração e transação* entre uns e outros.

Para avançar nesta linha é necessário situar os processos comunicacionais em um quadro conceitual mais amplo, que pode surgir das teorias e investigações sobre o consumo (2006, p. 60).

Tentarei reunir nestas notas as principais linhas de interpretação e assinalar os seus possíveis pontos de confluência, com o objetivo de participar de uma conceitualização global do consumo na qual possam ser incluídos os processos de comunicação e recepção de bens simbólicos (2006, p. 60).

Proponho partir de uma definição: o consumo é o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos. Esta caracterização ajuda a enxergar os atos pelos quais consumimos como algo mais do que simples exercícios de gostos, caprichos e compras irrefletidas, segundo os julgamentos moralistas, ou atitudes individuais, tal como costumam ser explorados pelas pesquisas de mercado (2006, p. 60).

Uma teoria mais complexa sobre a interação entre produtores e consumidores, entre emissores e receptores, tal como a desenvolvem algumas correntes da antropologia e da sociologia urbana, revela que no consumo se manifesta também uma *racionalidade sociopolítica interativa*. Quando vemos a proliferação de objetos e de marcas, de redes de comunicação e de acesso ao consumo da perspectiva dos movimentos de consumidores e de suas demandas, percebemos que as regras – móveis – da distinção entre os grupos, da expansão educacional e das inovações tecnológicas e da moda também intervêm nestes processos (2006, p. 61)

Avaliar a eficácia das tentativas democratizadoras requer investigar qualitativamente o consumo cultural. Em que medida as campanhas educativas, a difusão da arte e da ciência, permearam a sociedade? Como cada setor interpreta e usa o que a escola, os museus e a comunicação massiva querem fazer com eles? Vamos procurar respostas a essas perguntas através de um estudo sobre o público de museus (2008, p. 141).

Mas a escassez de estudos sobre consumo, que são antes pesquisas quantitativas de mercado e opinião, ainda permite avançar pouco na reformulação das relações entre comunicação massiva e recepção popular (2008, p. 263).

A proposta de Néstor García Canclini (2006, p. 14) é reconceitualizar o consumo, não apenas como um cenário de gastos e impulsos, mas como um “espaço que serve para pensar, e no qual se organiza grande parte da racionalidade econômica, sociopolítica e psicológica nas sociedades”.

O consumo reconfigura as identidades, antes definidas por essências a-históricas, pois hoje as identidades dependem do que se possui ou do que se pode chegar a possuir (2006, p. 30). Quando se seleciona o que consumir, se define o que é considerado publicamente valioso, assim como o modo de se distinguir e se integrar na sociedade (*idem*, p. 35).

Canclini (2006, p. 59-60) também afirma que os processos de consumo são vistos atualmente como “algo mais complexo que uma relação entre meios manipuladores e dóceis audiências”. A comunicação inclui interações de colaboração e transação entre emissores e receptores. O autor defende que, para a pesquisa avançar nesse sentido, é preciso colocar os processos de comunicação em um quadro conceitual mais amplo, o qual poderia surgir das teorias e pesquisas sobre o consumo. Uma conceitualização global do consumo deve ser capaz de incluir também os processos de comunicação e recepção dos bens simbólicos. De acordo com Canclini, o consumo seria “o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos”.

O consumo obedece a uma racionalidade: as lógicas da distinção entre os grupos, da expansão educacional e das inovações tecnológicas e da moda também interferem nesse processo (2006, p. 61).

Canclini (2008, p. 141) afirma que para avaliar a eficácia de tentativas democratizadoras é muito útil investigar qualitativamente o consumo cultural, para saber em que medida as campanhas educativas, a arte, a ciência permeiam a sociedade e como cada setor interpreta e utiliza o que a comunicação massiva quer fazer com eles.

Em um momento de *Culturas Híbridas*, Canclini (2008, p. 263) diz que a escassez de estudos sobre consumo, “que são antes pesquisas quantitativas de mercado e opinião”, não permite avançar muito na reformulação das relações entre comunicação de massa e recepção.

Guillermo Orozco Gómez

Em seu trabalho, o mexicano Guillermo Orozco Gómez busca conciliar a perspectiva da Comunicação com a Educação. Publicou *Televisión y audiencias, un enfoque cualitativo*, em 1996; *La investigación en comunicación dentro y fuera de América Latina*, em 1997; *Televisión, audiencias y educación*, em 2001; e *Recepción y mediaciones*, livro do qual foi o coordenador, em 2002.

Em 1985, Orozco começa a investigar os processos de ver televisão, tendo como base a literatura dos estudos de recepção televisiva. Uma das principais características de sua pesquisa é a defesa da necessidade de intervenção sobre os telespectadores, e não apenas focar o trabalho na investigação de um objeto ou na construção de novas teorizações. Assim, duas são suas preocupações fundamentais: a convicção de que os membros das audiências devem participar como interlocutores da televisão e não como meros espectadores; e a crença de que a pesquisa deve fornecer elementos para a formulação de políticas públicas de Comunicação (SAINTOUT, 1998, p. 129-130)

Na obra *Televisión, audiencias y educación*, Guillermo Orozco Gómez (2001, p. 12) considera a televisão e os sujeitos da audiência como suscetíveis a transformações. Ele se propõe a desenvolver ao longo do livro, com um enfoque que pretende privilegiar a análise em vez da descrição, como os sujeitos sociais foram se tornando “audiencias múltiples” dos meios, tendo a televisão como objeto. A partir do fenômeno inaugurado pela televisão, Orozco tenta:

su *deconstrucción* crítica y propositiva, tratando de evitar, de un lado, juicios apocalípticos o sintetizadores – que ya no pueden tener lugar –, de otro, razonamientos ilustrados y enciclopédicos – que aun rancios siguen causando tanta tentación a los intelectuales – y de otro, apologías o visiones optimistas – opciones preferidas de los seguidores del pensamiento único, al que siempre hay que contestar y rebatir.

Ao longo do livro, Orozco (2001, p. 15) tenta discutir os múltiplos aspectos do fenômeno televisivo, buscando os entrecruzamentos da televisão, das audiências e da educação. Pois, se há algo que faça a distinção entre as sociedades atuais e as anteriores é sua dependência e pertencimento mediático múltiplo: cognitivo, emocional e prático (2001, p. 19).

Orozco afirma (2001, p. 20) que o atual papel que a televisão desempenha não teria que ser necessariamente como é, já que obedece a razões políticas e econômicas específicas, que são característicos de cada país. Por isso, a televisão pode ser diferente:

Aquí la pregunta es ¿cómo asumir la televisión que se nos ofrece y tenemos, de manera inteligente, productiva, crítica e independiente, que posibilite la diversión, la educación, la información y el desarrollo deseable de sus audiencias?

Apesar de defender a importância da educação das audiências, Orozco (2001, p. 81-82) aponta que esse esforço tem sido marginal, inacabado e fragmentário, ainda que consiga alguns resultados concretos com segmentos específicos. Sua origem crítica e religiosa-alternativa em solo latino-americano, gerou muita emotividade, mas não as transformações desejadas. Ele cita uma das razões:

Pero en parte también, la incompleta odisea de educar a las audiencias latinoamericanas ha conllevado mucho de improvisación pedagógica y epistemológica. Han faltado estrategias conceptuales e instrumentales, que abandonando los endocrinamientos y las inoculaciones ideológicas como meta, realmente “empoderen” a los sujetos frente a la televisión y frente a ellos mismos como audiencias.

Mas o autor enfatiza que não se trata de fazer novos programas de televisão, e sim de levar às audiências as estratégias e os recursos para aprenderem conscientemente da programação que preferirem assistir. Como diz Orozco:

Una deconstrucción televisiva desde las instituciones educativas y culturales debería aportar a los sujetos-audiencia, criterios, no para apagar el televisor o “sacarle la vuelta”, sino para ser más selectivos en sus televidencias y para explorarlas y explorarse a través de ellas, y así “darle la vuelta”. Debería proporcionar una alfabetización al lenguaje de la imagen, que les permita “ver” sus manipulaciones y estereotipos, “escuchar” sus silencios, “notar” sus exclusiones, y en última instancia, “tomar distancia” de la programación. Debería educar su percepción de las formas y formatos televisivos, de sus flujos y sus intentos de seducción (2001, p. 103).

O livro *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*, publicado em 1997, tem uma origem pouco comum: foi escrito a partir do seminário “Metodologías cualitativas de investigación aplicadas a la recepción de medios audiovisuales”, realizado na Facultad de Periodismo y Comunicación Social da Universidad Nacional de La Plata, na Argentina, de 27 de novembro a 1º de dezembro de 1995. Orozco (1997, p. 3) explica que a relevância da publicação do seminário se deve em parte à ausência de bibliografia que aborde a perspectiva qualitativa de investigação desde o especificamente comunicacional.

De acordo com Guillermo Orozco (1997, p. 4) a aposta do livro é que a pesquisa seja uma ferramenta necessária para a compreensão, não apenas para uns poucos, mas para todos os envolvidos nos processos de Educação e Comunicação. Uma ferramenta

que seja útil também para chegar a propostas que busquem a intervenção nos objetos investigados:

La explosión contemporánea de paradigmas en la generación de conocimientos en las ciencias sociales y destacadamente en la comunicación, aunado a la pérdida de las certezas epistemológicas y teóricas han, por una parte, eclipsado los rumbos que debiera tomar la investigación, pero por otra parte, han abierto las posibilidades para nuevos diseños metodológicos, donde se convinen y equilibren la rigurosidad y la creatividad, con la meta de investigar para transformar los objetos de estudio.

Orozco (1997, p. 22) explica que sempre esteve entre o terreno “pedagógico educativo” e o da Comunicação, vivenciando uma tensão bidisciplinária, nem sempre simples de se resolver.

Mi inquietud, desde hace varios años, fue hacer investigación no solamente por investigar, por obtener un conocimiento distinto de un tema, un objeto de estudio, sino para *transformar* dicho *objeto de estudio*, poder intervenir y transformarlo en beneficio de los objetos mismos de la investigación. Este ha sido uno de los principios que he tratado de seguir y que en buena medida explica el tipo de trabajo que he venido realizando.

O autor diz, ainda, que isto explica algumas de suas opções metodológicas nos tipos de projeto de pesquisa. Orozco (1997, p. 22) afirma também que posteriormente decidiu que o melhor caminho profissional era trabalhar como “pedagogo da comunicação”, o que o levou a buscar no campo da educação outras idéias e conhecimentos.

Vamos partir agora para a análise dos trechos selecionados do pensamento do autor sobre recepção, Comunicação e Estudos Culturais, nas obras selecionadas. Além disso, serão analisadas as definições para televidência e mediações.

– Definições

(a) *Recepção*

Nas obras *Televisión, audiencias y educación* e *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*, os trechos selecionados para a análise das definições de recepção são:

En el caso de la televisión y de los demás medios, sin embargo, esa acepción original [do termo audiência] ha perdido su polisemia y se ha achicado haciéndose sinónimo sólo de un público, de un conglomerado de espectadores (a veces también referido hasta como auditorio) estáticos o pasivos, cuya voz no es esperada y en todo caso tampoco escuchada,

resaltándose sólo su acción de recibir, de recepción, más a tono con su entendimiento parcializado como receptáculos del espectáculo que se les ofrezca y transmita en la pantalla (2001, p. 22).

El énfasis en lo receptivo y el desénfasis en lo expresivo y lo interactivo en la jerga comunicacional ha propiciado una serie de reduccionismos, aun en el ámbito académico, que comienzan con el mismo concepto de audiencia y disparan percepciones sesgadas y maniqueas del proceso comunicativo, donde por lo regular el punto comandante es otorgado a la parte emisora, al medio, no a la parte receptora: la audiencia (2001, p. 22).

Audiencia es aquí asumida como conjunto segmentado a partir de sus interacciones mediáticas de sujetos sociales, activos e interactivos, que no déjan de ser lo que son mientras entablan alguna relación siempre situada con el referente mediático, sea ésta directa, indirecta o diferida (2001, p. 23).

Consecuentemente, “*recepción*” no puede entenderse como mero recibimiento, sino como una interacción, siempre mediada desde diversas fuentes y contextualizada material, cognitiva y emocionalmente, que se despliega a lo largo de un proceso complejo situado en varios escenarios y que incluye estrategias y negociaciones de los sujetos con el referente mediático de la que resultan apropiaciones variadas que van desde la mera reproducción hasta la resistencia y la contestación (2001, p. 23).

Los sujetos-audiencia van definiendo a su modo los sentidos de diversos programas televisivos, aun contraviniendo los sentidos otorgados por los productores y emisores (2001, p. 50).

En la recepción radiofónica o en la recepción televisiva lo que importa no es cuántos ven el programa, sino cuántos tipos de receptores se pueden investigar y tipificar; en todo caso cuál es el conocimiento distinto. No puede decirse: al tipo 1 le corresponde el 25% de la población en Argentina, al tipo 2 el 10%. Suponiendo que el tipo 1 corresponde a televidentes muy activos y el tipo 2 a muy pasivos, lo que un conocimiento cualitativo diría es: hay una manera pasiva de ver TV, una manera activa, una manera crítica y una manera acrítica, en fin: tipificar distintos procesos de recepción más allá de cuántos son los que asumen este proceso: algo muy distinto al conocimiento cuantitativo (1997, p. 39).

Cabría interrogarse, en el campo concreto de la comunicación, si dentro de la metodología cualitativa de investigación es posible analizar la emisión. Es perfectamente posible y oportuno pensar en hacerlo. Porque hay una corriente dentro de la cuestión cualitativa que se preocupa por la emisión, no solamente por la recepción. Y hay otra corriente que se preocupa por vincular las dos, que asume como premisa fundamental que la recepción no se puede entender en sí misma, como no se puede entender la emisión en sí misma, sino que tienen que entenderse conjuntamente como una parte de un proceso de comunicación (1997, p. 51).

Este último modelo, el *análisis de audiencias*, entiende que el *receptor es activo* y asume que cualquier análisis de medios no se puede dar fuera de una *análisis cultural*.

Sin embargo no hace una análisis cultural, sino uno de *recepción de medios de comunicación*, en donde lo importante es la *interacción* entre medio, mensaje, audiencia y el producto de esa misma interacción (p. 57).

Por ejemplo, en la investigación de recepción, hecha con una perspectiva cualitativa, sería posible combinar los elementos propios del receptor en términos individuales, lo que está en su cabeza, su manera de percibir, su conocimiento, y por otro lado su situación concreta. Puede estar absorto ante la pantalla televisiva, o leyendo un diario o escuchando una radio: son otros los elementos que hay que asociar para entender su interacción con el medio y con un determinado mensaje; la cultura del individuo también está influyendo sobre las maneras de percibir o ciertas disposiciones para la recepción. Lo que importa es entender cuántos elementos inciden en el objeto de estudio que queremos abordar para hacer un buen estudio. Este es el esfuerzo que busca la investigación cualitativa (1997, p. 78-79).

Por ejemplo, cuando se estudian los procesos de recepción, lo que interesa no es cuántos son receptores activos y críticos de la TV: lo que queremos saber es cómo es el proceso crítico de recepción televisiva. En la medida en que podamos distinguir lo que es un proceso crítico de lo que no lo es, estamos cumpliendo el objetivo cognoscitivo de nuestro objeto de estudio. No importa saber para cuántos: lo que importa es saber *cómo* es un proceso. Este, en la medida en que logremos conocer cómo es un proceso crítico y cómo no lo es, es nuestro primer objetivo para arribar a una conclusión en la investigación cualitativa (1997, p. 86-87).

Por ejemplo, se utiliza el criterio del nivel de ingreso o nivel socioeconómico, lugar de residencia, nivel educativo, lugar de procedencia, etc., de los sujetos de investigación. Estos criterios y otros que se utilizan, que han probado ser bastante eficaces en otros tipos de estudio, son insuficientes para acotar los objetos que se construyeron.

En el caso de la investigación de la recepción son insuficientes pues, si se quiere ver la relación de un determinado grupo de la audiencia con cualquier producto de medios, los criterios planteados son apenas iniciales, pero no permiten llegar a *segmentar* la audiencia de acuerdo a su interacción con el medio y el mensaje específico (1997, p. 106).

Uno de los desafíos de los investigadores cualitativos es proponer los propios criterios razonables de segmentación para acotar el objeto de estudio. En el caso de la investigación de la recepción, aparte de los criterios generales de nivel educativo, económico, etc.; son (los criterios): el *tipo de mediaciones* en el proceso de recepción, las *estrategias* de recepción, los *escenarios* de la recepción y las *comunidades de interpretación* (1997, p. 106).

Estos cuatro criterios son resultados de investigaciones anteriores y han probado ser mucho más precisos para definir “éste es un segmento de audiencia distinto a otro”, a partir de su interacción concreta conformada por estrategias, mediaciones, escenarios y comunidades de interpretación (1997, p. 106).

Por ejemplo, se ha experimentado con *psicodrama* y *sociodrama* para entender los procesos de recepción. La idea fue tener una herramienta distinta, para que cuando se investigue una recepción se la investigue a

través del lenguaje, a través de lo que dicen y de otros elementos. *El lenguaje es un discurso que está pasado por la razón* (1997, p. 110).

Existe la posibilidad que contesten con un discurso del *deber ser*; lo que se busca con el psicodrama – ya que la relación del televidente con la TV es una relación emotiva – es captar en la *expresión dramática* – espontánea, gestual, actuativa – y no en la expresión oral – disminuyendo el riesgo de respuestas normativas del tipo del deber ser – qué es lo que *siente* el receptor (1997, p. 110).

En la medida que la educación para los medios prenda en la sociedad, sería totalmente productivo el trabajo de investigación cualitativa de las audiencias, devolviéndoles el conocimiento obtenido de ellos, de forma que les sirva para mejorar sus mismos procesos de recepción. Todavía está por lograrse (1997, p. 112).

Si se entiende que el proceso de recepción no comienza cuando se está en contacto directo con el mensaje (leyendo, viendo o escuchando), sino que *es parte* de una *práctica* de leer, ver o escuchar, es posible entender que el proceso de la recepción pasa por diversos *escenarios* (1997, p. 118).

Por ejemplo, en el caso de los niños un escenario es el familiar, otro escenario es la escuela – el patio de la escuela –, donde traen elementos de lo que vieron el día anterior e intercambian opiniones, empiezan a reelaborar o a reapropiarse lo que vieron; después van a la calle y con otros niños tal vez vuelvan a hacer referencia a los que vieron en TV: ese es otro escenario (1997, p. 118).

En cada escenario están *negociando* el mensaje y tal vez produciendo nuevos significados o confirmando los anteriores. Los escenarios son todos aquellos *lugares* en donde se *produce sentido* a aquello que se obtiene de los medios de comunicación (1997, p. 118).

Es algo sin resolver que se asemeja, en el caso de la televisión y las audiencias, a lo que se discutía a finales de los '80: una vez descubierto el receptor y clarificado que era un sujeto activo y no pasivo, como se sostenía en la concepción tradicional, se lo hizo hiperactivo e hiperlibre de condicionamientos (1997, p. 126).

Al no encajar sus procesos de recepción con los grandes criterios tradicionales sociológicos, demográficos y políticos de segmentación de la audiencia, pareciera que este receptor – como alguno de los colegas publicó en un número de la revista Diálogos – “era un *receptor nómada*”, es decir que andaba por aquí o por allá con demasiada libertad y no se lo podía aprehender. Por lo tanto era capaz de resemantizar cualquier mensaje y, en conclusion, no encontrar el mensaje. Finalmente el receptor es capaz de resemantizar todo y se deja de lado el mensaje y el medio, buscando la manera de resemantizar aquellos contenidos con los cuales entraba en contacto (1997, p. 126-127).

También se ha caído en el riesgo de desvincular del contexto mayor socioeconómico y cultural a los objetos *microprecisos*. Pareciera que lo que se observa es que el receptor de los medios tiene una *autonomía*, por lo menos de los indicadores que usualmente se utilizan, para ver las conexiones con estructuras mayores, que lo condicionan a un determinado

tipo de recepción. Aquí el asunto no es que la condicionan (a la recepción) de manera inmediata y visible, sino justo y de una manera más o menos virtuosa (1997, p. 127).

Guillermo Orozco (2001, p. 22-23) fala que o termo audiência, no caso da televisão e dos meios de comunicação, perdeu um pouco de sua polissemia, passando a designar apenas um público estático, passivo, que recebe o que é oferecido na tela sem reação. Essa visão leva ao reducionismo de pensar que todo o poder está ao lado do emissor e não do receptor. Para ele, a audiência é algo mais que apenas um público, já que envolve uma série de interações, o que leva a recepção a ser uma interação, sempre mediada por diversas fontes e contextualizada material, cognitiva e emocionalmente, que se desenvolve ao longo de um processo complexo situado em vários cenários e que inclui estratégias e negociações dos sujeitos com seus referente mediático, das quais resultam apropriações variadas, que vão desde a reprodução à resistência e à contestação. Orozco (2001, p. 50) afirma que os “sujeitos-audiência” vão definindo a seu modo os sentidos dos programas televisivos, ainda que estes sejam contrários aos estabelecidos pelos produtores e emissores.

Orozco dedica especial atenção à implementação da pesquisa qualitativa, como opção epistemológica em relação à quantitativa. À pesquisa qualitativa da recepção não interessa saber quantos assistem a um determinado programa e sim quantos são os tipos de receptores que se pode investigar e tipificar (OROZCO, 1997, p. 39). Orozco (*idem*, p. 78-79) explica que na investigação qualitativa da recepção é possível combinar vários elementos próprios do receptor (o que se passa em sua cabeça, sua maneira de perceber, seu conhecimento) e também a situação concreta dele. Existem outros elementos que precisam ser associados para que se possa compreender sua interação com o meio e com uma determinada mensagem, a cultura do indivíduo também influi sobre a recepção. O pesquisador mexicano (OROZCO, 1997, p. 106) não considera critérios como nível socioeconômico, lugar de residência, nível educativo, entre outros, suficientes para delimitar o objeto. No caso dos estudos de recepção, se o objetivo é conhecer a relação de um determinado grupo da audiência com qualquer produto dos meios, esses critérios não permitem segmentar a audiência de acordo com sua interação com o meio e a mensagem específica. Assim, o desafio para os pesquisadores qualitativos é propor os próprios critérios capazes delimitar o objeto. No caso da pesquisa em recepção, além do nível educativo, econômico e etc, é preciso utilizar como critérios o tipo de mediações do processo de recepção, as estratégias, os cenários e as comunidades de interpretação.

Orozco afirma que esses quatro critérios provaram ser mais precisos para definir que um segmento de audiência é diferente de outro.

Alguns pesquisadores se dedicam à pesquisa qualitativa da emissão, mas Orozco (1997, p. 51) destaca a corrente que se dedica a vincular emissão e recepção, que assume como premissa fundamental que nem a recepção, nem a emissão podem ser compreendidas isoladamente. Ou seja, as duas instâncias têm que ser entendidas conjuntamente, como parte de um processo comunicativo.

E, se o processo de recepção é considerado como parte de uma prática e não como o momento específico do contato com a mensagem, é possível entender que a recepção passa por diversos cenários, ou seja, os locais onde se produz sentido ao que se obtém dos meios de comunicação, como a escola, a família e etc. Em cada um deles, a mensagem é negociada e se produzem novos significados (1997, p. 118).

Orozco (*idem*, p. 57) cita a classificação para os tipos de análise da audiência proposta por Jensen e Rosengreen. A chamada “análise de audiências” entende o receptor como ativo e assume que a análise dos meios não pode acontecer fora de uma análise cultural. Mas o autor afirma que não é feita essa análise cultural e sim uma de recepção de meios de comunicação, onde o importante é a interação entre meio, mensagem, audiência e o produto desta interação.

Além disso, Orozco (1997, p. 126-127) diz que, no final dos anos 80, estava em discussão o fato de que, uma vez descoberto o receptor, a ele foram atribuídos todos os poderes, tornando-o “hiperativo e hiperlivre” de condicionamentos.

Embora considere que seria produtivo que o trabalho de investigação qualitativa das audiências devolvesse o conhecimento obtido dos receptores para que eles pudessem melhorar seus processos de recepção, Orozco (1997, p. 112) reconhece que esse objetivo ainda não foi alcançado.

(b) Estudos Culturais

Para Estudos Culturais, os trechos a serem analisados são:

Los estudios culturales constituyen una corriente muy concreta que, en el campo de la comunicación y la cultura, nace como producto de las nuevas sociologías (1997, p. 56).

En este modelo lo que importa preguntar es: *¿cuál es el papel de la cultura en la interacción medio-mensaje-audiencia?* No importa tanto conocer esta relación en sí misma, como en las tres anteriores, sino que se trata de entender que el proceso de la comunicación se da dentro de una cultura y

ésta es mucho más amplia que la interacción medio-audiencia o un grupo de audiencia con un determinado medio o un mensaje; pero se entiende que esa interacción *forma parte de una manera cultural*. Por eso, la pregunta fundamental que se plantea es: ¿de qué manera la *cultura interviene* en la conformación de *procesos de comunicación* concretos? (1997, p. 57)

Existen dos vertientes: una, que es mucho más *estructuralista*, entiende que la cultura está sustentada en la economía, en diferentes procesos – de alguna manera – estáticos, que motivan que no haya una relatividad cultural, sino que la misma producción de cultura tiene mucho que ver con las relaciones económicas de producción, condicionamientos y determinantes que están participando de una determinada cultura. La otra vertiente relativiza muchísimo el papel de los determinantes estructurales y le otorga una fuerza grande al papel de la *experiencia en la producción* natural, y la libertad a todos dentro de nuestra propia cultura de producir significado (1997, p. 57).

Hay un debate abierto entre estas dos vertientes: los *culturalistas* dan mayor énfasis a la experiencia y a la cultura *entendida como producción de significados*; mientras que los *estructuralistas* ponen mayor atención a los condicionantes que hacen que aunque se tenga cierta libertad y creatividad, quede esto restringido por las *condiciones materiales de producción*. Uno de los grandes aciertos de los estudios culturales es dejar atrás la concepción tradicional de *alta cultura* que soslayaba y minimizaba las expresiones populares de cultura (1997, p. 57).

Un investigador pionero en el modelo de estudios culturales, que ha hecho investigación de la audiencia, Stuart Hall, de Inglaterra, mencionaba que “la sociedad crea su propia cultura, pero dentro de condiciones que no son de su propia creación”. Esta idea es muy pertinente para tener presente no sólo en los estudios de audiencia de los medios, sino en general (1997, p. 127).

Orozco (1997, p. 56-57) afirma que os Estudos Culturais são uma corrente muito concreta que, no campo da comunicação e da cultura, nasce como produto das novas sociologias. Para os Estudos Culturais, o importante é compreender qual o papel da cultura na interação entre meio, mensagem e audiência. A relação não interessa tanto, o que importa é entender que o processo de comunicação se dá em uma cultura. A questão fundamental é compreender de que modo a cultura intervém nos processos de comunicação concretos.

O pesquisador mexicano aponta a existência de duas correntes: uma primeira seria mais estruturalista, já que entende que a cultura está baseada na economia. A produção da cultura estaria definida por relações econômicas de produção, condicionamentos e determinantes que estão participando de uma determinada cultura. Já a outra vertente relativiza o papel dos determinantes estruturais e dá grande força ao papel da experiência na produção, além de considerar que todos estão livres para produzir significado dentro de sua própria cultura. Ou seja, os culturalistas dão mais

ênfase à experiência e entendem a cultura como produção de significados; enquanto os estruturalistas dão maior atenção aos condicionantes para que a liberdade fique restringida pelas condições materiais de produção. Para o autor, um dos grandes feitos dos Estudos Culturais é rechaçar a divisão tradicional da “alta cultura”, que deixava de lado as expressões populares da cultura.

Orozco cita uma frase de Stuart Hall, pioneiro dos Estudos Culturais que trabalhou com pesquisa de audiência, como muito importante para quem pesquisa a audiência dos meios: “la sociedad crea su propia cultura, pero dentro de condiciones que no son de su propia creación” (HALL *apud* OROZCO, 1997, p. 127).

(c) *Comunicação*

Sobre Comunicação, nas duas obras analisadas, Guillermo Orozco diz o seguinte:

Una mirada que también se distingue por ser la de un investigador de la comunicación, no la de un teórico o un filósofo, ni la de un periodista o un analista de los medios, pero que sin embargo aventura interpretaciones, que siempre nutridas de los datos empíricos, buscan ir más allá del simple dato y trascender esa dimensión necesariamente fragmentaria, tanto con la reflexión y la creatividad sin ataduras, a la manera de Martín Barbero, aunada a la experiencia del oficio investigativo, como por el permanente diálogo y atención a los ejes relevantes del debate actual en este campo intersectado (2001, p. 14).

En el campo de los medios de comunicación se ha utilizado mucho - y se ha abusado de este paradigma hermenêutico -, en el sentido de que: “bueno, ya que estamos liberados de no tener que contestar a lo que es, es muy fácil interpretar cualquier cosa y podemos decir lo que querramos, con cierto sentido, con cierta rigurosidad, y decir que eso será el conocimiento que hemos obtenido” (1997, p. 33).

Claro aquí el límite de lo que sería un buen o mal conocimiento, obtenido a través de la interpretación, sería la *cercanía* que tiene con la realidad (1997, p. 33).

Los que trabajan con la ligazón de *efectos* o *impactos* de los distintos mensajes en determinadas audiencias, veían algo que estaba conectado en la realidad: un mensaje era recibido por un grupo de radioescuchas, de televidentes, o un texto escrito era leído por un grupo de lectores. Es decir, en la realidad había una conexión directa que *no estaba provocada* ni hecha por el investigador.

En cambio, los investigadores que están trabajando en la *relación cualitativa* entre medios de comunicación y audiencia, hoy, *están provocando* esta relación. *Asocian elementos*, no porque se les antoje, sino porque el conocimiento acumulado en otros paradigmas permite sospechar que hay una relación importante entre un elemento y otro, y lo que se quiere

es verificarlo, en todo caso, empíricamente; pero producen esta relación (1997, p. 35).

Pero el estado en que se encuentra actualmente la investigación cualitativa es de una enorme *dispersión*, a veces exagerada, y eso es parte de lo que se le ha criticado, donde casos tan irrepetibles y únicos son los que están siendo investigados.

Esto no quiere decir que no tenga otro valor: tiene un valor que permite ver a *detalle*, en el caso específico de una persona, ver *en profundidad* cuál es su relación con el melodrama televisivo; eso permite ser fuente para otras hipótesis y otros planteamientos.

Pero, ¿cuál es la relevancia que tiene para el conocimiento en general de la televisión? En sí mismo: muy poco, porque es un caso irrepetible y único, que puede ser el caso de esta señora, pero no necesariamente es el caso de alguien más, y esto sí es un problema (1997, p. 40-41).

Hay ciertas disciplinas que crean su propio objeto de estudio, su propia forma de investigación, su propia epistemología, su propia forma de revalidarlo; en tal caso, sería lo que puede denominarse la *ciencia de la comunicación* (1997, p. 41).

Uno de los primeros desafíos que se encuentran, no sólo en la investigación cualitativa que tiende a ser interdisciplinaria por naturaleza, sino en cualquier trabajo de investigación que busca ser interdisciplinario, es ponerse de acuerdo en los términos, y más que en los términos en los significados de esos términos (1997, p. 65).

Tenemos que ser concientes de los matices que le dan sustancia a nuestra propia terminología de investigación. Esto como un punto de partida para cualquier trabajo que busque ir más allá de una disciplina. No es nada fácil: es bastante complicado, pero el inicio de la interdiscipliniedad está en poder ser capaces de tener la claridad suficiente, expresar esta claridad, que pueda ser puesta en común y que podamos ver en qué aspecto coincidimos y desde dónde podemos ubicarnos en el trabajo interdisciplinario (1997, p. 65).

En la cualitativa, la tendencia es a la *interdisciplinaridad*: una cosa es que se logre o no, pero se trata de lograrla. Se pretende unir conocimientos de distintas disciplinas que nos permitan un conocimiento más integral del objeto de estudio. Difícilmente podamos decir que en el campo de la comunicación social utilizamos sólo teoría de la comunicación: al hacer investigación cualitativa estamos implementando conocimientos, aportaciones de otras disciplinas, como la antropología, la sociología, los estudios culturales, la historia, la política. En la medida en que logremos hacer nuestro objeto más interdisciplinario, arribaremos a conclusiones más ricas y completas que nos permitan entender mejor nuestro objeto (1997, p. 82).

Guillermo Orozco (2001, p. 14) fala que seu olhar se caracteriza por ser o de um investigador da Comunicação, e não de um teórico, filósofo, jornalista ou analista de meios, mas que se aventura em interpretações, baseadas em dados empíricos, que buscam ir além do simples dado, transcendendo essa dimensão fragmentária, tanto com

a reflexão e criatividade, à maneira de Barbero, com a experiência do trabalho de investigação; como pelo permanente diálogo com os eixos do debate atual neste campo de intersecções. Orozco (1997, p. 41) aponta que certas disciplinas criam objeto de estudo, forma de investigar, epistemologia e forma de revalidação próprios. A Comunicação seria uma delas.

No campo da Comunicação, tem sido muito utilizado o paradigma hermenêutico de investigação em um sentido de que, de acordo com Orozco, os pesquisadores poderiam interpretar livremente e o resultado seria o conhecimento obtido. Mas ele enfatiza que o limite entre um bom e um mal conhecimento, obtido por meio da interpretação é a proximidade que este tem com a realidade (1997, p. 33). Ele marca, também, a diferença entre a pesquisa de efeitos, em que o pesquisador trabalha a ligação dos impactos das mensagens em determinadas audiências, usando alguma conexão dada pela realidade; da pesquisa qualitativa, em que os pesquisadores provocam uma relação entre os meios e a audiência, não porque queiram, mas porque algo indica que a associação de determinados elementos é importante, e por isso vão verificá-la empiricamente (*idem*, p. 35).

O pesquisador afirma que a investigação qualitativa está exageradamente dispersa, pois a investigação se concentra em casos únicos e irrepetíveis. Se por um lado esta perspectiva permite uma investigação mais profunda e detalhada, por outro tem pouca relevância para o conhecimento geral que se tem na área (1997, p. 40).

Um dos primeiros desafios, não só da pesquisa qualitativa, que é interdisciplinar por natureza, mas também de qualquer trabalho de pesquisa que se pretenda interdisciplinar é estar de acordo com os termos empregados e nos significados desses termos. Orozco afirma que este é o ponto de partida para qualquer trabalho que queira ir além de uma disciplina, o que ele reconhece não ser fácil (1997, p. 65).

Na pesquisa qualitativa a interdisciplinaridade é uma tendência, de acordo com Orozco (1997, p. 82). A intenção é unir os conhecimentos de diferentes disciplinas para que se chegue a um conhecimento mais completo do objeto de pesquisa. O autor afirma, inclusive, que no campo da Comunicação, dificilmente se utilizam apenas teorias da comunicação.

(d) Televidência

Abaixo, seguem os trechos analisados para entender a definição de televidência proposta pelo autor nas duas obras em questão:

Debido a que cada medio constituye una mediación en sí misma, la interacción específica de los sujetos con el referente televisivo (a la vez condensador de otros referentes) la denomino “*Televidencia*”, implicando en este término la definición compleja de recepción, pero en referencia solamente a la televisión (2001, p. 23).

En una primera apreciación de la complejidad de las televidencias es posible situarlas en relación con la cuádruple dimensionalidad de la televisión: lingüística, mediática, técnica e institucional (2001, p. 27).

[Lingüística televisiva] Esta dimensión se refiere al lenguaje y a la(s) gramática(s) específicas de la televisión. El lenguaje televisivo a la vez que distintivo, es no sólo un lenguaje compuesto audio-visual, sino también en movimiento, sedimentado en terceros lenguajes, como el musical, oral y escrito. Su gramática, sin embargo, no es la suma de las gramáticas propias de cada uno de los lenguajes que aglutina sino una nueva gramática, video-gramática que se rige por la lógica del relato, no del discurso (Ferres, 1996) y que privilegia la yuxtaposición, el *collage*, el mosaico sobre la linearidad, estimulados con diferentes efectos o recursos efectistas, que privilegian la connotación a la denotación. Esto constituye una encodificación particular, orientada, nada ingenua y así sugerida a los miembros de la audiencia (2001, p. 28).

En esta dimensión televisiva se entabla el intercambio entre los códigos televisivos y aquellos de las audiencias, poniéndose en juego signos y significantes icónicos y sonoros variados, conformando desde la televisión una peculiar interpelación de sus audiencias, (...). (2001, p. 28).

[Mediacidad televisiva] Otra de las dimensiones de la televidencia se relaciona a lo propiamente *mediático* de la televisión. Los sujetos-audiencia no sólo interactúan con el lenguaje desarraigado del medio que lo vehicula. Su interacción se realiza contextualizada en formatos y géneros característicos de la televisión, dentro siempre de un aparentemente interminable e intermitente *flujo de relatos*. Estos se presentan estructurados en escenas secuencias y partes, usualmente respondiendo a los cortes publicitarios que conforman sus extensiones temporales, pero que también definen sus altibajos dramáticos y sus momentos de suspenso, clímax o desenlace (2001, p. 29-30).

[Tecnidad televisiva] Además de un lenguaje específico y un potencial mediático intrínseco, la televisión se sedimenta técnicamente de manera particular. Esta sedimentación constituye su *tecnidad*, que en la televidencia de las audiencias se manifiesta como una dimensión inicialmente novedosa, en tanto que demanda un desarrollo por el momento mínimo, no obstante creciente en complejidad debido a los avances técnicos y a la versatilidad del medio, pero que finalmente se les presenta como una “área de oportunidad” en tanto que el avance videotecnológico y digital abre posibilidades inauditas para su percepción (2001, p. 32).

Asumida reduccionistamente por la mayoría, la *tecnidad* televisiva plantea antes que nada, su apreciación integral, para evitar, por ejemplo, el que los educadores cuando usan didácticamente la televisión en sus prácticas docentes la consideren sólo como eso: un recurso didáctico que en todo caso ilustra, o le pone imagen y sonido a los temas abstractos y complicados, aburridos que tratan de enseñar, sin percatarse de que lo que

está sucediendo entre sus educandos y la pantalla (ahí, pero también después y afuera) es mucho más que una complementación o mera extensión de información: es una auténtica *revolución perceptual* de proporciones aún no evidenciadas (2001, p. 34).

La *tecnicidad* televisiva demanda de los sujetos-audiencia un aprendizaje-sistematización permanente de las formas (que tanto definen los fondos), y que parecen esconderse en la opacidad que produce y acarrea la rapidez de los acelerados ritmos y flujos televisivos. Las investigaciones de las interacciones de audiencias con la televisión sugieren que el televidenciar asiduo amplifica cuantitativa y cualitativamente la capacidad de percepción y hace posible asimilar e interpretar toda la información expuesta (Orozco, 1988) (2001, p. 34).

[Institucionalidad televisiva] La televisión, nunca hay que olvidarlo, es una institución social (llámesele industria cultural o empresa televisiva) con historia, objetivos, definiciones y alianzas particulares (Shiller, 1993). En muy pocos países y épocas, las alianzas de la televisión han sido con sus audiencias. Lo que ha prevalecido en América Latina, con la excepción de Chile antes de Pinochet, ha sido el maridaje encubierto, pero no secreto, entre la televisión y el poder político y económico (2001, p. 35).

El establecimiento que las televisoras hacen de las *agendas* encuadra y confina en un falaz pluralismo programático hasta las más hiperactivas reacciones de los sujetos-audiencia, que si bien gozan de una aparente libertad de opción instatánea programática, se reconstituyen como sujetos en su interacción sistemática y redundante con los menús televisivos prefabricados, eligiendo siempre dentro de un espectro de opciones que no fue ni es *producto directo* de su propia elección (HALL APUD OROZCO, 2001, p. 36).

La necesaria cuadruplicidad de las televidencias redimensiona las negociaciones de las audiencias con los referentes televisivos, a la vez que conforma, sincrónica y diacrónicamente, su vínculo múltiple con la televisión y con todo lo que ésta metamorfosea en su gran divertimento (2001, p. 37).

En una segunda y más profunda aproximación a la comprensión de las audiencias de la televisión hay que subrayar que los “juegos” de mediación de diversa índole y calado que tienen lugar en la televidencia permiten apreciar los “desde dónde” se le otorgan sus sentidos. Las combinaciones mediacionales con segmentos específicos de audiencia siempre son una interrogante empírica para su exploración (2001, p. 39).

Los sujetos individuales en tanto miembros de una audiencia concretizan “estrategias televisivas” inspiradas en primer lugar en lo que le es característico como individuos, para luego concretizar también “contratos de videncia” (lectura o escucha) desde donde se conectan con los de otros, conformando “comunidades de apropiación e interpretación” de los referentes televisivos. Por este motivo, la televidencia, por más individualizada que parezca, es un proceso altamente culturalizado, en tanto que la sobrevivencia supone tener grupos de interlocución (de apoyo, de referencia, de indentificación, etc) en cuya consonancia se experimenta y califica lo vivido (2001, p. 40).

Frente al televisor se realiza la televidencia *directa y primaria* de las audiencias. Los sujetos al interactuar con los referentes televisivos pueden apropiárselos o resistirlos, con o sin la concurrencia de otros sujetos. La presencia del otro o los otros, a la vez que es una fuente de mediación se integra con los contextos racionales, estéticos, emocionales desde donde se televidencia, anclándose situacionalmente (2001, p. 42).

La televidencia primaria es a la vez que un proceso inicial y distintivo, especialmente susceptible a mediaciones situacionales, también una resultante de decisiones o intuiciones previas, de estrategias y ritualidades televisivas construidas y de varias otras mediaciones anteriores al momento de estar frente al televisor (2001, p. 42).

Si la televidencia primaria tiene lugar frente al televisor y se despliega mientras se está en contacto directo con el referente televisivo, más allá del televisor se realizan las televidencias secundarias y terciarias, que no por su distanciamiento del televisor son menos importantes (2001, p. 44).

Más allá de la pantalla, los sujetos-audiencia re-producen, re-negocian y re-crean al tiempo que reviven, los referentes televisivos. Lo que en última instancia define, acota y sostiene la televidencia es precisamente este contacto poliforme, extendido y variado de los sujetos con los referentes televidenciados (2001, p. 45).

Como proceso, la televidencia transcurre siempre de manera multimediada. No hay televidencias puras. Además de las mediaciones individuales, situacionales y contextuales que la conforman, hay otras muchas, que precisamente se manifiestan en sus escenarios indirectos (2001, p. 46).

La identidad o las identidades de los sujeto-audiencia en lo individual y las de las audiencias como estamento colectivo constituyen una de las mediaciones con mayúsculas de los procesos de televidencia. Aquí es pertinente la reflexión que hace al respecto Martín Barbero (1994) cuando afirma que las identidades contemporáneas, particularmente reconstituidas a partir de lo audiovisual-mediático, son cada vez menos esencialistas y más aglutinadoras o amalgamadoras (2001, p. 46).

De ejemplos como el anterior, y de la literatura internacional sobre etnografía de las audiencias (Crawford, 1996) se hace evidente que las identidades profundas de las audiencias están presentes de alguna manera en las televidencias, reafirmandose o reconvirtiéndose a partir de ellas y reconfigurándolas. Estas identidades profundas latentes, afloran de maneras diversas e inesperadas en las interacciones y apropiaciones de los referentes televisivos, mediándolos y encausando los posibles usos que de la televisión hacen sus audiencias (2001, p. 48).

El rescate de este tipo de fragmentos identitarios, así como de la mediación que ejercen en televidencias específicas, constituye uno de los principales desafíos tanto para la investigación como para la educación de las audiencias (2001, p. 48).

O termo televidência é usado por Orozco (2001, p. 23) para designar a interação específica dos sujeitos com o referente televisivo, que por sua vez condensa outros

referentes, sendo que o termo é uma definição complexa de recepção, mas em relação somente à televisão.

Orozco (2001, p. 27-37) situa as televidências em relação às quatro dimensões da televisão: lingüística, mediática, técnica e institucional. A primeira se refere à linguagem e às gramáticas específicas da TV. Nesta dimensão, está o intercâmbio entre os códigos televisivos e os da audiência. A segunda dimensão está relacionada ao propriamente mediático da televisão. A interação entre a audiência e os meios acontece contextualizada em formatos e gêneros característicos da televisão. A dimensão técnica é assumida pela maioria de maneira reducionista. Por isso demanda que se faça uma investigação mais profunda, para que se perceba que o que acontece com a televisão é uma autêntica revolução perceptiva, que demanda da audiência uma aprendizagem e sistematização permanente das formas. A institucionalidade da televisão diz respeito ao fato de que a TV é uma instituição social com suas características de história, objetivos, alianças e etc, seja com o nome de indústria cultural ou empresa televisiva. A quadruplicidade de dimensões da televidência redimensiona as negociações das audiências com os referentes televisivos, uma vez que conforma, sincrônica e diacronicamente, seu múltiplo vínculo com a televisão e com tudo que ela transforma.

Na investigação da televidência, existem várias mediações que permitem saber “desde onde” são outorgados os sentidos. Essas combinações de mediações com segmentos específicos da audiência são sempre uma questão empírica para sua exploração, afirma Orozco (2001, p. 39). Não há televidências puras. Enquanto processo, ela é sempre multimediada. Além das mediações individuais, situacionais e contextuais, existem muitas outras que se manifestam indiretamente (*idem*, p. 46).

A televidência, embora pareça um processo individualizado, é altamente culturalizada. Os sujeitos enquanto membros de uma audiência possuem características individuais, mas também “contratos de vidência”, que permitem ao receptor se conectar com outros membros da audiência, formando uma comunidade de apropriação e interpretação dos referentes televisivos (2001, p. 40).

Em frente à TV, ocorre a televidência direta e primária, que acontece enquanto se está em contato direto com o referente televisivo. Os sujeitos interagem com os referentes televisivos podendo apropriá-los ou resistir a eles. Já as televidências secundária e terciária acontecem além do televisor, mas nem por isso são menos importantes. É neste momento que os sujeitos-audiência reproduzem, renegociam e recriam os referentes televisivos (2001, p. 42-45).

Além disso, as identidades tanto do sujeito quanto coletiva das audiências constituem mediações importantes dos processos de televidência. Orozco cita a afirmação de Martín Barbero de que as identidades contemporâneas são cada vez mais aglutinadoras ou amalgamadoras. Essas identidades das audiências estão de alguma maneira presentes nos processos de televidência, reconvertendo-se, reafirmando-se e reconfigurando-os. Orozco aponta que resgatar fragmentos identitários, assim como a mediação que exercem na televidência, constitui um dos principais desafios tanto no âmbito da investigação quanto no da educação das audiências (2001, p. 46-48).

(e) Mediação

Os trechos selecionados para a análise das definições de mediação nos dois livros de Orozco são:

Mediación es entendida aquí no como un filtro, sino como un *proceso estructurante* que configura y orienta la interacción de las audiencias y cuyo resultado es el otorgamiento de sentido por parte de éstas a los referentes mediáticos con los que interactúan (2001, p. 23).

Necesariamente, un primer conjunto de mediaciones proviene del ámbito individual de los sujetos-audiencia en tanto sujetos particulares, con características propias, algunas incluso únicas e irrepetibles, producto de sus herencias genéticas, de sus desarrollos y trayectorias vitales personales, de sus aprendizajes anteriores y de las peculiares apropiaciones de sus experiencias, de su creatividad, arrojo o inhibición, aunque también de sus “visiones y ambiciones” (FUENZALIDA Y HERMOSILLA APUD OROZCO) hacia y más allá de la televisión (2001, p. 40).

No es lo mismo una audiencia infantil, cuya televidencia transcurre en el hogar, la escuela y el barrio, a una adulta, cuya televidencia, dependiendo de su demarcación inicial, se despliega por otros escenarios. Lo importante en cada mediación es calibrar su incidencia, su relevancia y trascendencia para las televidencias concretas (2001, p. 54-55).

De la investigación sobre la recepción en América Latina y en otras partes se ha comenzado a documentar la existencia de otras mediaciones en los procesos comunicativos en general, y en los mediáticos y en (p. 60) particular en los televisivos, que son los que abarcan a las mayorías. La *pertenencia a un territorio* (Tauk, 2000), las *cosmovisiones étnicas* que perviven en las minorías indígenas y que los esfuerzos colonizadores no han sincretizado, la misma *modernización* entendida como progreso occidental acumulativo de acceso a bienes, servicios y nuevas tecnologías entre los jóvenes (Crovi, 1997), han aflorado como ejemplos de mediaciones importantes con segmentos específicos de audiencia. Desde la cultura Huichola en el norte de Jalisco en México (Corona, 2000), hasta las culturas amazónicas del Brasil (Araujo, 2000), pasando por las minorías Gauchas de Porto Alegre (Jacks, 1999) se aprecia cómo ciertos *residuos identitarios* irrumpen empíricamente en las exploraciones de los

investigadores de los medios, permitiendo alcanzar comprensiones más profundas de sus devenires mediáticos (2001, p. 61).

Una de las maneras con que el ámbito de la *comunicación* y la *cultura* avanzó en conocer cualitativamente la relación entre cultura-medios de comunicación-sociedad, ha sido a través de lo que se conoce como las *mediaciones*. Se suele hablar de paradigma, perspectiva o modelo de la mediación (1997, p. 113).

El concepto fue inicialmente mencionado por el investigador madrileño Manuel Martín Serrano; después Jesús Martín Barbero aplicó parte de la conceptualización de Serrano a su visión de la mediación, en su libro clásico “De los medios a las mediaciones” y en otras publicaciones (p. 113).

Manuel M. Serrano habla de una *mediación de los medios de comunicación*. Toda su teorización es *racionalista y sistémica* (no es el caso de Martín Barbero ni el del modelo de la mediación). Serrano concibe dos sistemas: el *sistema social* y el *sistema de medios de comunicación*, y dice: “una de las funciones del sistema de comunicación es *mediar* entre el sistema social y la sociedad” (1997, p. 113).

Esta mediación él la entiende como de dos tipos fundamentales: mediación *estructural* y mediación *cognitiva* de los medios de comunicación. La *mediación cognitiva*, según Serrano, tiene que ver con la función que ejercen los medios en seleccionar de los acontecimientos sociales aquellos que merecen ser dados a conocer a la sociedad en su conjunto, a través de los medios de comunicación, es decir: es una mediación fundamentalmente *ideológica*, a través de la cual se define lo que es importante, relevante y oportuno que la sociedad conozca (1997, p. 113-114).

Por *mediación estructural*, lo que entiende Serrano es aquella función de los medios que, debido a su peculiaridad, imprimen a la selección y presentación de lo seleccionado: tiene que ver con las características *intrínsecas* (1997, p. 114).

La mediación, según Jesús Martín Barbero, es el lugar desde donde se *otorga* el *sentido* al proceso de la comunicación. Sin embargo, Barbero privilegia la *cultura* como la *gran mediadora* de todo proceso de producción comunicativa. Uno de los grandes méritos de este autor es haber *desencasillado* la comunicación de los medios para recrearla, explorarla y profundizarla no sólo a través de los medios, sino de la *cultura* (1997, p. 114).

Una de las afirmaciones contundentes originales de Barbero es que la comunicación siempre se da *dentro* de una cultura: la comunicación en abstracto no es posible, sino que está inscrita y mediada por la cultura. Ubica la mediación entre la *cultura*, los *receptores* y los *medios*, a diferencia de M. Serrano que buscaba una teoría *epistemológica* de la comunicación que permita, desde la comunicación misma, entender a la propia comunicación; objetivo nunca alcanzado: una teoría *casi matemática* de la comunicación, fuera de la cultura (1997, p. 114).

Martín Barbero elabora un poco más su concepto de mediación afirmando que la cultura es la *mayor* mediación de todos los procesos sociales y afirma también que de las mediaciones hay que ir a las *prácticas sociales*,

prácticas entendidas como *procesos de acción social* de los *sujetos sociales* (1997, p. 115).

Barbero cree que las mediaciones se manifiestan en prácticas *concretas* y distingue tres, que le parecen especialmente relevantes para entender la comunicación y la cultura (1997, p. 115).

En síntesis: *la cultura se manifiesta*, aunque no totalmente, *por lo menos a través de la socialidad, la ritualidad y la tecnicidad* (1997, p. 116).

La *mediación múltiple* tiene la intención de *bajar* la teorización al *nivel empírico* para poder hacer investigación (1997, p. 116).

Explorar la ritualidad y la tecnicidad en los términos en que dejó su teorización Martín Barbero era muy complicado: era necesario bajar el nivel para – en términos empíricos – poder captar estas mediaciones (1997, p. 116).

En referencia a los medios de comunicación está hecho el modelo; lo que distingue a éste es una serie de fuentes de mediación que son pertinentes para entender la relación de la audiencia con los medios (1997, p. 116).

Las *mediaciones individuales* son las que provienen de nuestra individualidad como sujetos *cognoscentes* y *comunicativos*, es decir, la psicología y las ciencias de la comunicación dicen que las personas perciben a través de ciertos *esquemas mentales* de significados (la ciencia psicológica enfatiza más esta parte de esquemas; los culturalistas dirían que más que esquemas son *repertorios*), por los cuales otorgamos el sentido a la nueva información. (1997, p. 116)

Las *mediaciones institucionales* se dan en la familia, la escuela, el trabajo, la iglesia, etc. Se participa en distintas instituciones, y allí también se le da sentido a la propia producción de significados: ahí también se producen significados, se produce cultura y se interactúa con otra serie de informaciones (1997, p. 117).

Las *mediaciones massmediáticas*: en el caso de la TV podrían ser llamadas mediaciones *videotecnológicas*, y en el caso de la radio, *radiotecnológicas*. La propia tecnología ejerce una mediación (como afirma Barbero) (1997, p. 117).

Las *mediaciones situacionales*, en el caso de la recepción, tienen que ver con la situación de la recepción. No es lo mismo ver una película en el cine que verla por la TV. No es lo mismo verla acompañado que verla solo. No es lo mismo ver la misma película por TV solo que acompañado por el resto de la familia. Es otra la interacción (1997, p. 117).

También se hace referencia en las mediaciones situacionales a los *estudios de ánimo* de los propios receptores, que modifican cómo se “enganchan” con un medio de comunicación. A veces sólo se quiere distracción y se conecta con la TV; en otras oportunidades se quiere una información precisa de lo que pasó ayer y se la busca en la prensa para leer. A veces se está cansado, a veces no (1997, p. 118).

Las *mediaciones de referencia* incluyen todas aquellas características que sitúan en un *contexto* o *ambiente* determinado: por ejemplo, la edad, el género, la etnia, la raza o la clase social. Estas mediaciones van connotando, hacen estar en la realidad y desde esa forma de estar se interactúa – en el caso de la recepción – con los medios de comunicación (1997, p. 118).

Esto es, en gran síntesis, el *modelo de la mediación múltiple*. Estas mediaciones son las que están y se ponen en juego en la relación medios de comunicación-audiencia, y de algún modo es importante explorar todas ellas, o a lo mejor otras, pero por lo menos éstas, para entender de una manera no lineal, sino captando el contexto o en su contexto y en su dimensión compleja y contextual, las interrelaciones entre los componentes de un proyecto de investigación (1997, p. 119).

De acordo com Orozco, as mediações constituiriam um dos avanços da pesquisa sobre comunicação e cultura para entender qualitativamente a relação entre cultura, meios de comunicação e sociedade. As mediações costumam ser chamadas de paradigma, perspectiva ou modelo (OROZCO, 1997, p. 113). Orozco (2001, p. 23) entende mediação não como um filtro, e sim como um “processo estruturante”, que configura e orienta a interação das audiências. Além disso, o resultado da mediação é o estabelecimento de sentido pelas audiências aos referentes mediáticos com que interagem.

O autor (1997, p. 113-114) explica que o conceito foi mencionado inicialmente pelo pesquisador madrilenho Manuel Martín Serrano, o qual fala de uma mediação dos meios de comunicação. Em sua teorização racionalista e sistêmica, Serrano concebe o sistema social e o sistema de meios de comunicação. Portanto, uma das funções do sistema de comunicação é justamente fazer a mediação entre o sistema social e a sociedade. Este mediação é de dois tipos fundamentais: *cognitiva*, que tem a ver com a função de selecionar o que merece ser conhecido pela sociedade através dos meios; e a *estrutural*, que está relacionada às características intrínsecas dos meios.

Posteriormente, Jesús Martín Barbero aplicou parte da conceituação de Serrano a sua visão da mediação, explorada em *Dos meios às mediações* e em outras publicações. A mediação, na visão deste autor, é o lugar desde onde se estabelece o sentido no processo da comunicação. Sendo que a cultura é privilegiada como a grande mediadora de todo o processo. Orozco (1997, p. 113-114) aponta que um dos grandes méritos de Barbero foi ter defendido que a comunicação deve ser explorada não somente através dos meios, mas também da cultura. Segundo Orozco, uma das afirmações contundentes e originais de Martín-Barbero seria a de que a comunicação está sempre dentro de uma

cultura, está inscrita e mediada pela cultura. E o foco dos processos de mediação estaria situado entre a cultura, os receptores e os meios. Nisto, ele se diferenciaria de Serrano, que buscava uma teoria epistemológica que permitisse compreender o saber comunicacional a partir de si mesmo, objetivo que nunca teria sido alcançado, na visão do autor latino-americano.

Orozco (1997, p. 115-116) explica que Martín-Barbero, ao elaborar um pouco mais seu conceito de mediação, defende que das mediações é preciso ir às práticas sociais, entendidas como processos de ação social dos sujeitos sociais. As mediações se manifestam em práticas concretas, sendo que três delas são especialmente relevantes para compreender a comunicação e a cultura: a socialidade, a ritualidade e a tecnicidade. Orozco propõe, então, o modelo das multimediasções (mediación múltiple), com a intenção de “baixar” a teorização de Barbero ao nível empírico, para tornar possível a investigação. Pois explorar a ritualidade e a tecnicidade nos termos propostos por Martín-Barbero tornava muito complicado captar essas mediações. Entre as fontes de mediação propostas por Orozco para entender a relação entre a audiência e os meios estão as mediações individuais, as institucionais, as massmediáticas, as situacionais e as de referência. As individuais são as oriundas da individualidade de cada sujeito, que possuem esquemas mentais de significados pelos quais percebem as novas informações.

As mediações institucionais acontecem na família, na escola, no trabalho, na igreja, entre outros. Nessas instituições também se produz significados, se produz cultura e se interage com uma série de informações. Já as mediações massmediáticas podem ser chamadas videotecnológicas, no caso da TV, ou radiotecnológicas, no caso do rádio. Trata-se da mediação exercida pela própria tecnologia. As mediações situacionais, no caso da recepção, tem a ver com a situação em que esta ocorre: se o receptor está sozinho ou acompanhado, se está em casa ou em um cinema, por exemplo (1997, p. 117).

Finalmente, as mediações de referência incluem todas as características que situam em um contexto ou ambiente determinado: a idade, o gênero, a etnia, a raça, a classe social. Desde essas mediações, no caso da recepção, se interage com os meios de comunicação. Em síntese, este é o modelo das multimediasções. Essas são as mediações que estão envolvidas na relação entre meios de comunicação e audiência. Orozco afirma que de alguma forma é importante explorar todas elas, no mínimo, para poder entender o processo de uma maneira não linear, captando o contexto ou em seu contexto as relações entre os componentes da investigação (1997, p. 118-119).

Orozco fala, também, que o primeiro conjunto de mediações é constituído pelas individuais dos sujeitos-audiência, enquanto sujeitos com características próprias, oriundas de herança genética, das trajetórias pessoais, das aprendizagens anteriores, de suas experiências (2001, p. 40). Cada mediação também tem uma particular incidência, relevância e transcendência para as televidências concretas, o que deve ser levado em consideração na análise (2001, p. 55).

O pesquisador diz, ainda, que nos trabalhos de diversos estudiosos da América Latina têm surgido outras mediações em segmentos específicos da audiência. Ele cita as pesquisas das culturas amazônicas (ARAUJO *apud* OROZCO, 2001, p. 61) e das minorias gaúchas de Porto Alegre (JACKS *apud* OROZCO, 2001, p. 61) como exemplos de pesquisas em que “resíduos identitários” irrompem empiricamente nas explorações.

2.4 Compatibilidade entre conceitos – convergências

A partir da análise feita dos autores do *corpus*, serão apresentadas as principais definições presentes nas obras para conceitos importantes: recepção/receptores, mediação, Estudos Culturais e interdisciplinaridade/transdisciplinaridade. Além disso, foi possível reunir algumas idéias convergentes em categorias como a) receptores não são passivos, alienados ou sem reação; b) a recepção é um novo lugar de investigação; c) dos meios às mediações; d) Comunicação e cultura; e) instrumentos metodológicos mais adequados ao estudo da recepção precisam ser adotados.

Recepção/receptores

Barbero:

Diferencia dois enfoques para as pesquisas de recepção na América Latina:

1. Um faz o balanço do que, na América Latina, e particularmente no Brasil, marca a trajetória do estudo da recepção e suas intrínsecas conexões com os Estudos Culturais do consumo. Ganha força a necessidade de se estudar a transformação das várias identidades para compreender o processo de recepção e, também, a importância de se estudar a recepção/consumo para entender as identidades.

2. O outro faz também um balanço, mas das perigosas armadilhas em que parece haver caído majoritariamente o estudo da recepção na América Latina, a que se identifica com o paradigma gratificacionista. Esse enfoque divide as práticas de recepção entre significativas, que seriam a minoria, e as sem significado.

Canclini:

O público é um conjunto de setores que pertencem a estratos econômicos e educativos diversos, com hábitos de consumo cultural e disponibilidade diferente para relacionar-se com os bens oferecidos, ainda mais nas sociedades complexas, em que coexistem vários estilos de recepção, formados por bens de tradições cultas, populares e massivas. A escassez de estudos sobre consumo, que são antes pesquisas quantitativas de mercado e opinião, não permite avançar muito na reformulação das relações entre comunicação de massa e recepção.

Orozco:

O termo televidência designa a interação específica dos sujeitos com a televisão, que por sua vez condensa outros referentes. Ou seja, o termo é uma definição complexa de recepção, mas em relação somente à televisão. A televidência, embora pareça um processo individualizado, é altamente culturalizada. Os sujeitos enquanto membros de uma audiência possuem características individuais, mas também “contratos de vidência”, que permitem ao receptor se conectar com outros membros da audiência, formando uma comunidade de apropriação e interpretação dos referentes televisivos.

Receptores não são passivos, alienados ou sem reação

Barbero:

A atividade do processo comunicativo não está concentrada do lado do emissor. Coloca que existe uma cumplicidade do receptor na própria dominação, o que não deixa de ser uma atividade. O receptor não é mais um simples decodificador da mensagem. Ele é também produtor de sentidos.

Canclini:

A comunicação não é eficaz se não incluir também relações de colaboração e transação entre emissores e receptores, além da dominação. Os processos de consumo são vistos atualmente como algo mais complexo que uma relação entre meios manipuladores e dóceis audiências. Não há um sentido fixo, correto ou verdadeiro que deva ser apreendido pelos receptores, mas é fundamental reconhecer a assimetria entre esses e os emissores.

Orozco:

Os “sujeitos-audiência” vão definindo a seu modo os sentidos dos programas televisivos, ainda que estes sejam contrários aos estabelecidos pelos produtores e

emissores. Pensar que a audiência é apenas um público estático, passivo, que recebe o que é oferecido na tela sem reação leva ao reducionismo de pensar que todo o poder está ao lado do emissor e não do receptor. Mas, no final dos anos 80, estava em discussão o extremo oposto: o fato de que, uma vez descoberto o receptor, a ele foram atribuídos todos os poderes, tornando-o “hiperativo e hiperlivre” de condicionamentos.

A recepção é um novo “lugar” de investigação

Barbero:

O processo de comunicação não está dividido em pólos ou etapas. Propõe que a recepção/consumo seja o *lugar epistemológico e metodológico* desde o qual representar o processo da comunicação. A análise deve partir das mediações e não do estudo de cada um dos pólos envolvidos no processo. É uma maneira nova de ver a recepção, que se diferencia do estudo dos efeitos.

Canclini:

Para a pesquisa avançar no sentido de compreender as interações entre emissores e receptores, é preciso colocar os processos de comunicação em um quadro conceitual mais amplo, o qual poderia surgir das teorias e pesquisas sobre o consumo. O consumo seria o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos. Uma conceituação mais geral do consumo deve ser capaz de incluir também os processos de comunicação e recepção dos bens simbólicos.

Orozco:

Destaca a corrente que se dedica a vincular emissão e recepção, que assume como premissa fundamental que nem a recepção, nem a emissão podem ser compreendidas isoladamente. Ou seja, as duas instâncias têm que ser entendidas como parte do processo comunicativo. E, considerando-se a recepção como parte de uma prática e não como o momento específico do contato com a mensagem, é possível entender que ela passa por diversos cenários, ou seja, locais onde se produz sentido, como a escola, a família e etc. Em cada um deles, a mensagem é negociada e se produzem novos significados.

Dos meios às mediações

Barbero:

A pesquisa deve superar a centralidade dada aos meios de comunicação, visão redutora do processo. Em um contexto em que a comunicação se converte em um “espaço estratégico” para pensar os bloqueios e as contradições que dinamizam as sociedades, defende que o debate deve se deslocar dos meios para as mediações. Em seu mapa noturno, propõe o estudo dos meios desde a investigação das matrizes culturais, dos espaços sociais e das operações comunicacionais dos diferentes atores do processo. Pois, na América Latina, o que acontece nos meios de comunicação não pode ser compreendido sem levar em conta as descontinuidades culturais que medeiam a significação dos discursos massivos e o sentido de seus usos sociais. E pensar a comunicação a partir dos efeitos, na versão psicológico-behaviorista, ou como mensagem/texto, na perspectiva semiótico-estruturalista, esvazia os processos de comunicação do seu aspecto social, que os diferenciam de uma mera transmissão de informações.

Canclini:

Existem mediadores no processo de comunicação. O principal interesse deve ser entender o que acontece com os receptores, enquanto públicos da modernidade. Não é suficiente admitir que existem diversas formas de recepção, e que a relação de circulação do sentido é polissêmica e não-linear. É preciso investigar os processos de mediação.

Orozco:

Um dos avanços no campo da Comunicação e da cultura no sentido de entender qualitativamente a relação entre cultura, meios de comunicação e sociedade foi por meio do que se chama mediações.

Mediações

Barbero:

Uma das definições apresentadas é que investigar a partir das mediações e dos sujeitos significa pesquisar a partir das articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, neste caso se referindo a como investigar os processos de formação do massivo. Em outro momento, diz que as mediações articulam as práticas de comunicação com as dinâmicas culturais e os movimentos sociais. Acrescenta ainda que mediações são as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, as diferentes temporalidades e a pluralidade de matrizes culturais.

Canclini:

Defende que é preciso investigar os processos de mediação, ou seja, as regras que regem as transformações entre um discurso e seus efeitos.

Orozco:

As mediações costumam ser chamadas de paradigma, perspectiva ou modelo, e não são um filtro. Elas são um processo estruturante, que configura e orienta a interação das audiências. Além disso, o resultado da mediação é o estabelecimento de sentido pelas audiências aos referentes mediáticos com que interagem. Na investigação da televisão, existem várias mediações que permitem saber desde onde são outorgados os sentidos. Não há televidências puras. Enquanto processo, ela é sempre multimediada. Além das mediações individuais, situacionais e contextuais, existem muitas outras que se manifestam indiretamente. Além disso, as identidades tanto do sujeito quanto coletiva das audiências constituem mediações importantes dos processos de televisão. Resgatar fragmentos identitários, assim como a mediação que exercem na televisão constitui um dos principais desafios tanto no âmbito da investigação quanto no da educação das audiências.

Comunicação e cultura

Barbero:

Propõe re-situar a comunicação no campo da cultura. A análise da cultura entra não como um tema a mais a ser pesquisado, mas como lugar de articulação do sentido que os processos econômicos e políticos têm para uma sociedade. Pensar os processos de comunicação a partir da cultura representa deixar de pensá-los a partir das disciplinas e dos meios. Significa romper com a segurança proporcionada pela redução da problemática da comunicação à das tecnologias. Sobre o trabalho de pesquisa na fronteira entre comunicação/cultura, diz que existe um mal-entendido segundo o qual pensar a comunicação desde a cultura levaria o pesquisador a sair do âmbito teórico específico da Comunicação. Ele responde que colocar a questão da comunicação sob a perspectiva da cultura é uma oposição ao pensamento instrumental que tem dominado o campo da Comunicação desde o seu nascimento. O que acontece ao se pensar a comunicação desde a cultura é uma movimentação dos limites que têm demarcado o campo, para desenhar um novo mapa de problemas.

Canclini:

Coloca-se ao lado de Martín-Barbero no grupo de autores latino-americanos que trabalham no estudo e reconhecimento cultural das diversas modalidades de comunicação.

Orozco:

Afirma que um dos grandes méritos de Martín-Barbero foi ter tirado a Comunicação da perspectiva única dos meios para recriá-la, explorá-la e aprofundá-la não só por meio deles, mas também pela cultura.

Estudos Culturais

Barbero:

Acredita na construção de um campo próprio latino-americano, o dos “estudos culturais de comunicação”. Ele atribui à Néstor García Canclini um lugar decisivo na constituição desta agenda dos Estudos Culturais específica para o continente, por ter recolocado os limites de disciplinas, como a antropologia, a sociologia e a comunicação. Fala que os aportes latino-americanos aos Estudos Culturais significam um rearranjo nas concepções sobre a relação entre comunicação e cultura, ao trazerem novas abordagens e objetos de estudo: mediações, frentes e heterogeneidades culturais, dinâmicas de desterritorialização e hibridação. A experiência dos movimentos sociais e a reflexão articulada pelos Estudos Culturais provocam deslocamentos com os quais tenta-se reelaborar o campo da comunicação conceitual e metodologicamente.

Canclini:

Faz uma diferenciação entre os *cultural studies* anglo-saxões e os Estudos Culturais Latino-Americanos. Para este autor, a corrente anglo-saxã trata os problemas da modernidade como uma crise universal dos paradigmas e das certezas, como o fazem muitos discursos pós-modernos. Já os Estudos Culturais característicos da América Latina tratam a questão estudando-a empiricamente. Ele se propõe a trabalhar em ambos os registros. Aponta para a falta de estudos empíricos sobre comunicação tanto na corrente dos *cultural studies* quanto na dos Estudos Culturais Latino-Americanos. Os dados empíricos, as estatísticas e os gráficos raramente aparecem nessa produção, apesar de se falar em comunicação. Aquele que realiza Estudos Culturais fala a partir das intersecções. Ele também propõe que os Estudos Culturais deixem de ser apenas uma análise hermenêutica e que os pesquisadores da área passem a tratá-lo como um trabalho científico. Também faz uma crítica à tendência de um setor dos Estudos

Culturais que considera as identidades como objeto de pesquisa. De acordo com ele, os incessantes processos de hibridações levaram a uma relativização do conceito de identidade, que torna difícil falar em identidades “puras” ou “autênticas” e evidencia o risco de tentar delimitar identidades locais autocontidas ou que sejam totalmente opostas à nacional e à globalização.

Orozco:

Afirma que os Estudos Culturais são uma corrente muito concreta que, no campo da comunicação e da cultura, nasce como produto das novas sociologias. Para os Estudos Culturais, o importante é compreender qual o papel da cultura na interação entre meio, mensagem e audiência. A relação não interessa tanto, o que importa é entender que o processo de comunicação se dá em uma cultura. A questão fundamental é entender de que modo a cultura intervém nos processos de comunicação concretos.

Interdisciplinaridade/transdisciplinaridade

Barbero:

Os latino-americanos estariam começando a inventar no campo da Comunicação/cultura, ao indisciplinar os saberes diante das fronteiras e dos cânones. Além disso, a América Latina passa a ser um lugar a partir do qual se pensa diferentemente as transformações que atravessam as práticas e as técnicas de comunicação. Acredita que a derrubada das fronteiras acadêmicas que limitam o campo da Comunicação possibilita o encontro com a reflexão feita por sociólogos, antropólogos, historiadores e etc. Na Comunicação, trabalham-se processos e dimensões que incorporam perguntas e saberes históricos, antropológicos, estéticos, ao mesmo tempo em que ciências como sociologia, antropologia e ciência política começam a tomar, não apenas de forma marginal, os meios e os modos de operar das indústrias culturais como objetos. Além disso, é crescente a consciência do estatuto transdisciplinar do campo, o que não quer dizer a dissolução de seus objetos nos das disciplinas sociais, e sim a construção de articulações que fazem possível pensar as mídias e as demais indústrias culturais como matrizes de desorganização e reorganização da experiência social e da nova trama de atores e estratégias de poder. Defende que a especificidade latino-americana é a proposta de inserir a pesquisa em comunicação no espaço das ciências sociais e nos Estudos Culturais. Essa proposta é criticada tanto pelos que defendem a especialização disciplinar quanto pelos que acham

que ela despolitiza os processos. Ambos acreditam que a transdisciplinaridade envolve falta de rigor e seriedade metodológica e desvalorização da importância do empírico, ao levar a cabo a complexa tarefa de construção dos “novos objetos”. Defende que as mudanças que emergem na Comunicação estariam alterando o próprio saber, ao romper as fronteiras entre disciplinas e propor objetos móveis, nômades, de contornos difusos, impossíveis de encerrar em um saber positivo e rigidamente parcelado. O discurso da Comunicação não pode escapar às intertextualidades disciplinares. Identificá-la com uma disciplina significa reduzir o campo a uma parcela.

Canclini:

Questiona qual disciplina seria mais pertinente para entender os novos processos culturais urbanos: se a sociologia, a antropologia ou se seriam os estudos de Comunicação. Defende que os estudos sejam interdisciplinares, flexíveis, unindo os folcloristas e antropólogos, que estão de um lado; e os sociólogos e comunicólogos, que estão do outro. Ao defender a transdisciplinaridade, diz que problemas comunicacionais exigem conceitos e instrumentos metodológicos de outras disciplinas, como a antropologia, para compreender os discursos da mídia. A opção pelo transdisciplinar se deve ao fato de que o interdisciplinar costuma significar que os diversos especialistas justapõem conhecimentos obtidos fragmentária e paralelamente, o que não é o caso da proposta.

Orozco:

Fala que seu olhar se caracteriza por ser o de um investigador da Comunicação, e não de um teórico, filósofo, jornalista ou analista de meios, mas que se aventura em interpretações, baseadas em dados empíricos, que buscam ir além do simples dado, transcendendo essa dimensão fragmentária, tanto com a reflexão e criatividade, a maneira de Barbero, como pelo permanente diálogo com os eixos do debate atual neste campo de intersecções. Um dos primeiros desafios, não só da pesquisa qualitativa, que é interdisciplinar por natureza, mas também de qualquer trabalho de pesquisa que se pretenda interdisciplinar é estar de acordo com os termos empregados e nos significados desses termos. A intenção é unir os conhecimentos de diferentes disciplinas para que se chegue a um conhecimento mais completo do objeto de pesquisa. No campo da Comunicação, dificilmente se utilizam apenas teorias da Comunicação.

Instrumentos metodológicos mais adequados ao estudo da recepção precisam ser adotados

Barbero:

Os questionários e as entrevistas levam inscritas na pergunta as respostas, não sendo instrumentos capazes de captar o investigado.

Canclini:

Acredita que deve ocorrer uma mudança metodológica para abrir novas perspectivas para a investigação, partindo-se para a observação do ponto de vista dos receptores, o que poderia ser feito por meio da pesquisa sobre consumo cultural e o estudo e debate da situação das classes populares.

Orozco:

Dedica especial atenção à implementação da pesquisa qualitativa, como opção epistemológica em relação à quantitativa. À pesquisa qualitativa da recepção não interessa saber quantos assistem a um determinado programa e sim quantos são os tipos de receptores que se pode investigar. No caso da pesquisa em recepção, além do nível educativo, econômico e etc, é preciso utilizar como critérios o tipo de mediações do processo de recepção, as estratégias, os cenários e as comunidades de interpretação. Afirma que a investigação qualitativa está exageradamente dispersa, pois a investigação se concentra em casos únicos e irrepetíveis. Se por um lado esta perspectiva permite uma investigação mais profunda e detalhada, por outro pode ter pouca relevância para o conhecimento mais geral.

2.5 Divergências e contradições

Uma divergência percebida é que, enquanto Orozco defende a educação das audiências, Barbero a critica. Ele fala que muitos estudos de recepção sobre televisão foram feitas com o objetivo de “corrigir o ver” dos telespectadores. Visão imersa em preconceitos quanto a esse meio, que busca não a compreensão da televisão, mas a educação dos públicos (2004, p. 405). Já Orozco, embora considere que seria produtivo que o trabalho de investigação qualitativa das audiências devolvesse o conhecimento obtido aos receptores para que eles pudessem melhorar seus processos de recepção, reconhece que esse objetivo ainda não foi alcançado (1997, p. 112).

Além disso, Martín-Barbero faz questão de enfatizar que a abordagem da lógica dos usos é diferente da análise feita pela corrente dos Usos e Gratificações, enquanto Orozco as situa como semelhantes. Ao propor a abordagem das lógicas dos usos,

Barbero destaca que esta se diferencia da análise dos Usos e Gratificações, uma vez que sua nova proposta de estudo não coloca a recepção dentro de um espaço limitado de mensagens que circulam, provocando efeitos e reações (2006, p. 302). Por outro lado, Orozco enquadra a abordagem dos usos dentro da corrente dos Usos e Gratificações, sendo que a vertente internacional da pesquisa se dedica às gratificações e a vertente latino-americana aos usos. A primeira vertente se caracteriza por um estudo que considera o receptor como membro individualizado de uma audiência, enquanto a abordagem dos usos estuda como os membros de uma audiência se apropriam das mensagens enquanto membros de um grupo social e de uma cultura específica (2001, p. 56).

A diferença entre a proposta de mediação feita por Jesús Martín-Barbero e a de Guillermo Orozco, a partir da nossa análise, seria a seguinte: para o primeiro, o conceito de mediação é mais abstrato, mais amplo e abrangente. Já a mediação de Orozco está ligada a fatores, em influências que acontecem durante a recepção. O modelo das multimediações (mediación múltiple) tem a intenção de “baixar” a teorização de Barbero ao nível empírico, para tornar possível a investigação. Entre as fontes de mediação propostas por Orozco para entender a relação entre a audiência e os meios estão as mediações individuais, as institucionais, as massmediáticas, as situacionais e as de referência. Para Barbero, a mediação seria a intersecção entre fatores, o lugar onde duas fontes de influência ao processo de recepção parecem se encontrar, se cruzar. Os exemplos expostos em *Dos meios às mediações* indicam que a mediação seria um ponto intermediário, o “meio termo” entre dois objetos. Daí a importância dessa proposta dentro da obra de Martín-Barbero, que defende sempre a saída da “razão dualista” da investigação, que contrapõem pólos opostos. A mediação seria esse “lugar” que está entre esses opostos, e que permite uma compreensão mais completa dos fenômenos complexos. O que não quer dizer que a mediação seja feita por um ente físico apenas, pois os mediadores são verdadeiros atores sociais e não apenas intermediários, de acordo com o autor. As diferenças entre a concepção de mediação dos dois autores são contraditórias, uma vez que a intenção de Orozco é operacionalizar a proposta de Barbero.

Essa compreensão coincide com parte do que foi apontado por Nilda Jacks e Ana Carolina Escosteguy (2005, p. 70-71), de que críticos entendem que a proposta de Orozco reduz as mediações a influências, não se tratando do que foi proposto por

Martín-Barbero. Vamos passar no próximo capítulo ao que os pesquisadores brasileiros tem dito e trabalhado em relação à recepção.

3. Os estudos de recepção no Brasil

Apresentaremos a seguir o pensamento de alguns dos principais pesquisadores brasileiros sobre a recepção. Não temos o intuito de esgotar a questão ou tratar extensivamente de todo o estado-da-arte desses estudos no Brasil. A intenção é mostrar algumas das principais apropriações feitas por esses pesquisadores dos Estudos Culturais Latino-Americanos, as quais possam contribuir para os objetivos desta pesquisa.

3.1 Ana Carolina Escosteguy e Nilda Jacks

Professora da pós-graduação da Faculdade de Comunicação Social da PUCRS, Ana Carolina Escosteguy é doutora em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. Realizou parte de seu doutorado no *Centre for Contemporary Cultural Studies*, na Universidade de Birmingham. Entre suas áreas de interesse, estão os Estudos Culturais e a Comunicação.

Nilda Jacks é professora da pós-graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, onde trabalha na linha de pesquisa Comunicação, Representações e Práticas Culturais. É pós-doutora pela Universidade de Copenhague-Dinamarca (1999) e doutora pela Universidade de São Paulo (1993).

As duas autoras estão entre as mais importantes referências na pesquisa brasileira sobre a recepção. Pesquisaram as teses e dissertações publicadas na década de 1990 sobre o assunto, produzindo raro material sobre o estado-da-arte da questão no Brasil. Por isso, optamos por apresentar o pensamento das autoras no mesmo capítulo.

As pesquisadoras falam que, a partir da década de 1990, começam a surgir no País pesquisas que incorporam os referenciais dos Estudos Culturais Latino-Americanos e que têm como foco o espaço cultural do receptor, entendido como o papel das mediações que configuram a relação entre receptor e meios (JACKS & ESCOSTEGUY, 2005, p. 87). Segundo Jacks (2002, p. 152), as mediações são elementos que constituem a urdidura em que a trama cultural se realiza e estudá-las implica quase sempre sair do campo da Comunicação. Além disso:

Deslocar o eixo das pesquisas para as mediações não significa desconsiderar a importância dos meios, mas evidenciar que o que se passa na recepção é algo que diz respeito ao seu modo de vida, cuja lógica deriva de um universo cultural próprio, incrustado em uma memória e em um imaginário que são decorrentes de suas condições concretas de existência. Essa outra lógica é subjacente à da racionalidade que permeia o âmbito da produção, portanto, interatua com ela (JACKS, 2002, p. 153).

Ana Carolina Escosteguy (2005, 149-163) apresenta uma radiografia dos estudos de recepção no Brasil, a partir da produção brasileira realizada na década de 90. Depois de separar as teses e dissertações de vertente sociocultural, que são as que defenderiam uma visão ampla e complexa do consumo mediático, a autora chegou à conclusão de que as pesquisas que utilizavam metodologia qualitativa eram a maioria (78%); e as demais usavam metodologia quantiquantitativa (22%). As principais técnicas de pesquisa empregadas são: entrevista, história de vida, grupos focais, análise bibliográfica, análise de mídias e combinação de técnicas (incluindo aí entrevistas, questionários, observação direta participante ou não, estudos de caso e etnografia).

Porém, Jacks & Escosteguy (2005, p. 93-94) apontam que, muitas vezes, os dados obtidos são tomados sem problematização, sendo o processo de recepção associado aos significados atribuídos pelos sujeitos, deixando-se de lado a visão integral do processo. Ainda de acordo com as pesquisadoras, isso estaria em desacordo com a proposta metodológica das mediações de Martín-Barbero, o que levaria a uma incoerência entre o referencial teórico adotado e a análise feita. Ou seja, muitas pesquisas estariam deslocando a recepção para o problema da audiência, que seria um objeto em si mesmo, o que não estaria de acordo com a proposta de Jesus Martín-Barbero de processo.

Sobre este mesmo *corpus* de teses e dissertações publicadas nos anos 90 e citado acima, Nilda Jacks & Daiane Menezes (2007, p. 1-2) falam que, entre as pesquisas socioculturais, no nível teórico, as premissas sobre o processo comunicativo o vêm como dialógico, ou seja, o produtor não é onipotente e o receptor não é passivo. A produção de sentido ocorre tanto pelo lado do emissor quanto pelo do público. As principais mediações envolvidas são: “identidade cultural, valores, vivência cotidiana, contextos sócio-históricos, classe, idade, escolaridade, gênero, família e instituições em geral, além de critérios individuais, como caráter e personalidade, etc”.

Além disso, as autoras apontam uma lacuna: emissores e mensagens não estão suficientemente problematizados nessas pesquisas, o que deveria acontecer, se é levada em consideração uma visão dialógica da comunicação, em que ambos estão envolvidos no processo. Mas, apesar disso, a relativização do poder dos meios contemplaria, de certo modo, a inclusão de emissores e mensagens.

Segundo Jacks & Menezes (2007, p. 5-6), essas pesquisas geralmente afirmam a importância de mediações como:

(...) a cultura regional e a identidade cultural, o lugar onde os receptores vivem (zona urbana ou rural), as práticas cotidianas, as características socioeconômicas, etárias e sexuais, a atividade profissional, o trabalho, a religiosidade, os laços comunitários, a família, os professores e a escola, etc. Além destas, também são enfatizadas as mediações de outros meios ou de informações, como o caso do rádio mediando a televisão, e a televisão regional mediando a TV a cabo.

Outro ponto em comum entre os trabalhos seria concluir que a influência dos meios sobre as pessoas e as culturas é relativa. Jacks & Menezes (*idem*) também concluem que, apesar dos avanços registrados em comparação com os estudos que vinham sendo feitos, de viés comportamental, alguns trabalhos apresentam problemas como: “a utilização de linguagem e estrutura imprópria, inadequação de métodos e técnicas de pesquisa para a solução do problema apresentado ou ainda incoerências com o modelo teórico-metodológico escolhido”. Outro problema observado é a falta de continuidade entre as pesquisas. De acordo com as autoras, os pesquisadores desconheciam trabalhos com problemáticas semelhantes, o que os levaria a propor objetos parecidos, com resultados similares sem estabelecer comparações entre eles. As informações quantitativas oriundas das pesquisas de mercado também não estariam sendo levadas em consideração pelos pesquisadores da área.

Em outro artigo, Jacks (2006, p. 40-44) também afirma que é um avanço o abandono da perspectiva comportamental e a implementação de estudos empíricos, mas que seria um problema a fraca pesquisa da pesquisa e do estado-da-arte feitas pelos pesquisadores do campo, ou seja, a falta de continuidade inerente ao trabalho científico. Muitos trabalhos estariam se repetindo na temática, no objeto e nos resultados. Poucos apontariam perspectivas e hipóteses que pudessem contribuir com novos trabalhos.

Jacks & Menezes (2007, p. 5-6) concluem, ainda, que, nas pesquisas estudadas, falta focar na relação dos receptores com os meios, especialmente em alguns trabalhos que têm como base os princípios mais abrangentes dos Estudos Culturais. Nestes, a relação com o meio é considerada tão precária pelas autoras que fugiria à problemática específica da Comunicação.

Ana Carolina Escosteguy (2005, 149-163) afirma que a pesquisa empírica de recepção é o principal desenvolvimento dos Estudos Culturais na América Latina. Sobre a ênfase na recepção, o campo da Comunicação e os Estudos Culturais, a autora diz:

Aqui se enfatizou essa orientação na análise dos meios de comunicação de massa – a recepção – porque a finalidade é refletir sobre a comunicação mediática como clivagem dentro do amplo espectro proposto pelos Estudos

Culturais. Tal fato, de forma alguma, implica restringir o objeto de estudo do campo em torno dessa temática. Ao contrário, cada vez mais o objeto de investigação se diversifica e se fragmenta. Contudo, no ponto de encontro destas duas frentes, meios de comunicação e Estudos Culturais, identifica-se uma forte inclinação em refletir sobre o papel dos meios de comunicação na constituição de identidades, sendo esta última a principal questão desse campo de estudos na atualidade (ESCOSTEGUY, 2001, p. 167).

Escosteguy fala que a pesquisa em comunicação tem se dividido entre a análise das tecnologias, ou seja, dos meios; e o estudo do processo comunicativo de forma fragmentária, o que levaria a uma compreensão limitada e reducionista da comunicação. Por isso, a autora apresenta uma nova proposta:

Posicionada nesse cenário, mas a partir deste momento associada apenas a uma matriz de pesquisa social crítica, apresento um protocolo analítico que atende à integração dos diferentes elementos – produtores, textos e receptores – e momentos – produção, circulação e recepção/consumo – que configuram a totalidade do processo comunicativo. Identifico a presença de uma proposição desse tipo na matriz britânica dos estudos culturais em Stuart Hall (2003) e em Richard Johnson (1999), bem como, na latino-americana, em Martín-Barbero (2003) (ESCOSTEGUY, 2007, p. 117).

Afirma que o pressuposto de que, na relação entre produção e recepção e entre texto e recepção, o primeiro determina o segundo é insustentável. Logo, não seria pertinente estudar o processo em separado. Assim como não se poderia deixar de lado as complexidades sociais – estruturas e práticas – que o constituem ou a que ele se refere (ESCOSTEGUY, 2007, p. 119).

A autora, portanto, defende uma visão integral do processo de comunicação, baseada em protocolos de investigação que permitiriam uma visão global e complexa do processo, sustentada pela integração dos espaços da produção e da recepção.

Nesse sentido, sustento que a proposta teórico-metodológica dos estudos culturais para a comunicação sinaliza a necessidade de situar-se no plano da pesquisa que integra o estudo das instituições e sua organização, suas produções e condições de produção, os públicos e suas práticas, nas respectivas relações que se estabelecem entre todos eles. Trata-se de uma tentativa de produzir novas formas de conhecimento, desvinculado dos limites de áreas especializadas e dominantes no campo da comunicação. Tal (re)definição do objeto de estudo é uma das marcas dessa tradição, residindo aí um aspecto de sua práxis interdisciplinar (ESCOSTEGUY, 2007, p. 133).

Em outro artigo recente, a mesma autora reforça a posição de que a recepção não deve ser tratada como objeto de estudo. Escosteguy acredita, inclusive, que os estudos de recepção começam a perder espaço:

Se ao iniciar a década de 90, no contexto acadêmico brasileiro, detectava-se um entusiasmo com a problemática da recepção (JACKS & ESCOSTEGUY, 2005), a entrada neste novo milênio possivelmente indicaria uma retração. Não há ainda levantamentos que comprovem tal tendência, apenas sintomas. Depois de estarem em evidência, por um curto período, a energia que atravessava os estudos de recepção arrefeceu. Os motivos dessa retração não serão tratados aqui, meu propósito é outro. Dando seqüência a outro trabalho (ESCOSTEGUY, 2007), observo que a perspectiva da recepção constitui potencialmente uma alternativa para alargar a compreensão dos processos culturais/comunicacionais que tão freqüentemente têm sido estilhaçados. No entanto, assumir o âmbito da recepção como um ponto de vista não é equivalente a transformá-la em objeto de estudo (ESCOSTEGUY, 2008, p. 1).

Com essa afirmação, Escosteguy (2008, p. 2-3) quer dizer que, embora Martín-Barbero e Guillermo Orozco, expoentes na área, enfatizem que a recepção não é apenas um momento ou etapa do processo comunicativo, muitas pesquisas têm a tratado dessa forma, deixando de lado o espaço da produção e mesmo o texto.

Além da proposta de analisar o processo comunicativo apresentada anteriormente, Escosteguy (2008, p. 2) sugere outra alternativa: “analisar o processo de constituição de identidades através de um protocolo analítico que destaque as relações entre cultura e poder, isto é, que contemple a dimensão reguladora da cultura exercida tanto na vida social quanto nos modos de ser”. A pesquisadora faz ressalvas em relação à maneira como o tema tem sido tratado sob a ótica da recepção, pois é dado destaque aos usos e apropriações feitos pelo receptor e para as referências às práticas que vinculam o individual ao social, mas sem que sejam observadas as limitações impostas pela estruturação social e, até mesmo, pelos textos midiáticos. “O que se omite, portanto, são as relações de poder e a regulação das esferas do pessoal e do privado pela própria mídia. Em outros termos, há um apagamento da relação inversa – dos textos midiáticos e das lógicas culturais sobre os receptores”. Por isso, a proposta da autora é a seguinte:

É nessa direção que sugiro tomar como uma via teórico-metodológica para equacionar tal problemática a proposição do circuito da cultura (du GAY, HALL et al. 1997; HALL, 1997). Justifico essa opção na medida em que esse protocolo integra os espaços da produção e da recepção/consumo, enfraquecendo a premissa de “autonomia relativa” entre eles. Ao invés disso, observa-se que a relação entre cultura e economia e vice-versa fica cada vez mais entranhada, fenômeno que não se pode desatender dado ao crescente movimento de monopolização do espaço cultural por empresas transnacionais (*idem*).

Escosteguy (2008, p. 11) defende que para contornar a restrição à recepção/receptor, uma via seria considerar a identidade como um momento crucial no circuito da cultura. De acordo com essa abordagem, o processo é mais amplo e complexo, e envolve atores sociais e configurações de modos de ser. Dessa forma, “a identidade não é o ponto de partida, mas o de chegada”.

Jacks & Escosteguy (2005, p. 68) apontam uma crítica feita em relação às mediações. Segundo elas, o estudo das mediações implica, metodologicamente, em:

(...) superar a delimitação rígida entre disciplinas, além, é claro, da investigação centrada nos meios. Do ponto de vista que interessa aqui, a atenção recai sobre os elementos que dão especificidade ao uso dos meios e de suas mensagens, portanto, no caso do uso social dos meios, sobre o contexto da audiência. A crítica corrente destaca, no entanto, que o avanço das categorias analíticas não é acompanhado, na mesma proporção, pelas discussões de estratégias e técnicas operacionais.

Além disso, Jacks e Escosteguy (2005, p. 77) afirmam que a pesquisa latino-americana precisa superar o entendimento de que estudar os processos de recepção é simplesmente reconstituir empiricamente essas práticas por meio da recuperação da fala dos receptores.

As autoras lembram que a análise da recepção, enquanto modelo teórico-metodológico para analisar os processos interpretativos da recepção, não tem a mesma amplitude que os estudos literários e os Estudos Culturais. Ou seja, estes denominam áreas de estudos mais amplas que o enfoque do fenômeno da recepção. Mas Jacks & Escosteguy concordam parcialmente com os críticos que defendem que a análise da recepção, de acordo com a classificação proposta por Jensen, é, na verdade, parte da tradição dos Estudos Culturais. As pesquisadoras esclarecem que concordam com essa perspectiva, se for levado em conta que os Estudos Culturais se desenvolvem em estágios diferentes. As pesquisas com foco na audiência, contemplando o contexto das práticas culturais seriam um segundo ciclo dentro dessa tradição, o qual coincidiria com os estudos de recepção, por isso os Estudos Culturais nesse segundo estágio englobariam os de recepção. Por outro lado, na concepção de Jensen, as análises dos Estudos Culturais têm como foco o texto midiático e o discurso interpretativo da audiência, classificação que exclui os estudos de recepção (2005, p. 102-103).

Além disso, afirmam que a proposta de García Canclini para estudar a recepção não frutificou no contexto acadêmico, embora Jacks & Escosteguy (2005, p. 106-108) considerem que sua proposta teórica sobre o consumo cultural pudesse ter trazido elementos para compreender a recepção dos meios. Tanto os trabalhos deste autor sobre

consumo cultural quanto os de Jorge González não deveriam mais ser incluídos como específicos para o estudo da recepção, pois os levantamentos realizados estão mais voltados para compreender o consumo cultural que as práticas de recepção propriamente ditas. As autoras afirmam também que é um equívoco entender as proposições de Martín-Barbero como uma teoria da recepção, pois, para elas, a reflexão proposta pelo autor espanhol propõe um arcabouço para o estudo da Comunicação como um todo e não só da recepção.

Jacks & Escosteguy (2005, p. 110-111) concluíram, a partir das pesquisas da década de 90 analisadas, que não há um consenso sobre o termo recepção. Pesquisas cuja problemática gire em torno do receptor, se denominam como de recepção, independentemente do viés teórico implicado. As autoras consideram que a denominação pesquisas de audiência é apropriada para designar as pesquisas que tenham como foco central a compreensão dos sujeitos-receptores, em sua relação com determinadas tecnologias de comunicação, englobando estudos com diferentes abordagens teóricas e metodológicas. Já a rubrica estudos de recepção, defendem que seja utilizada para uma parte específica da problemática, a qual compreende além das práticas de recepção midiática, reflexões sobre proposições teóricas ativadas tanto a partir do próprio receptor, quanto pelo contexto e texto. Ana Carolina Escosteguy & Nilda Jacks (2004, p. 1-2) falam também que o termo “práticas de recepção midiática” serve para denominar o interesse pelos receptores de um modo geral:

(...) sejam eles leitores (em referência à mídia impressa), ouvintes (em relação à mídia radiofônica), telespectadores (em foco a televisão aberta e fechada) e espectadores de cinema – ao que incluiríamos provisoriamente os usuários de computadores, de redes de computadores e da eletrônica digital (por exemplo, videogames) - e suas habilidades, usos e experiências no que diz respeito a cada uma dessas e outras tecnologias digitais. Logo, tal expressão é pertinente para abarcar uma diversidade de experiências, referidas tanto à mídia tradicional quanto à nova mídia

Mas, como já foi dito anteriormente, as autoras não pretendem uma aproximação conceitual com essa denominação.

3.2 Maria Immacolata Vassalo de Lopes

Maria Immacolata Vassalo de Lopes é doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo e pós-doutora pela Universidade de Florença, na Itália. Atualmente, é professora titular da ECA-USP. Suas principais áreas de interesse são o campo da Comunicação, a recepção e a ficção televisiva. É também coordenadora do

Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da USP e presidente da Comissão de Pós-Graduação da ECA-USP. Coordena ainda o Núcleo de Pesquisa de Telenovela da USP.

A professora considera que a pesquisa de recepção vem sendo trabalhada, no contexto latino-americano, a partir da década de 1980, como uma perspectiva teórico-metodológica renovadora e original, com o objetivo de superar as limitações epistemológicas decorrentes de modelos como os das pesquisas de efeitos, de audiências, de usos e gratificações, da crítica literária e dos Estudos Culturais. Como explica Lopes:

A problemática da recepção, nesta orientação, busca uma (re)formulação teórico-metodológica, que propõe organizar as tentativas interdisciplinares e de multi-métodos numa malha teórica compreensiva, respondendo às demandas de complexidade e de crítica, tendo em vista a atual conjuntura da pesquisa internacional nesta área de conhecimento (1996, p. 43).

Coordenou, no final da década de 90, uma extensa pesquisa sobre as estratégias metodológicas para a investigação da telenovela, a partir da teoria das mediações. O resultado da pesquisa deu origem ao livro *Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade*, de autoria desta pesquisadora ao lado de Silvia Helena Simões Borelli e Vera da Rocha Resende. O projeto partiu de quatro propostas, que foram articuladas neste estudo da recepção da telenovela: a idéia de um trabalho multidisciplinar; uma estratégia multimetodológica; a proposta de realizar um “estudo compreensivo de recepção no campo da comunicação”; e a eleição da telenovela como objeto de um estudo de recepção. De acordo com as autoras, a pesquisa de recepção é considerada uma corrente de renovação dos estudos de Comunicação sobre o público, principalmente a partir da teoria das mediações proposta por Jesús Martín-Barbero. Entendem que essa teoria contribui distintivamente para os estudos de recepção, ao questionar as abordagens anteriores, que seriam fragmentadoras e simplificadoras da Comunicação. A recepção passa a se constituir como perspectiva teórica integradora dos processos de emissão, do produto e da audiência. Apontam que o principal desafio da área é traduzir a teoria das mediações metodologicamente em projetos de pesquisa empírica (LOPES, BORELLI, RESENDE, 2002, p. 21-23).

Ao falar dos objetivos da pesquisa, Lopes, Borelli e Resende (*idem*, p. 24) propõem um trabalho científico multidisciplinar que integre pesquisadores de procedência diferentes em torno de um objeto único. Cabe lembrar que essa concepção de trabalho multidisciplinar não coincide com a proposta de transdisciplinaridade de

Néstor García Canclini (2008, p. 281), que considera que o conhecimento constituído a partir de vários especialistas é obtido de modo fragmentário e paralelo.

Foi observado em um levantamento realizado no começo da pesquisa que a teoria das mediações ainda era uma novidade no Brasil.

Nossa hipótese é que ela ainda padece de um número insuficiente de projetos de pesquisa empírica que realizem uma adequada *operacionalização das propostas e hipóteses teóricas das mediações*, de forma a torná-las metodologicamente manejáveis. Também a complexidade da trama conceitual, principalmente de Martín-Barbero, exige, como é o caso de nossa própria experiência, a realização de projetos de pesquisa multidisciplinar (LOPES, BORELLI, RESENDE, 2002, p. 33).

O grupo de pesquisa pôde constatar também que, embora a incorporação da teoria das mediações às pesquisas de recepção estivesse ocorrendo, os estudos empíricos careciam de uma maior adequação metodológica, que pudesse contemplar a complexa problemática teórica envolvida nos processos de recepção. Faltaria uma estratégia multimetodológica complexa o bastante para corresponder à complexidade do objeto e de sua teorização (*idem*, p. 30).

Maria Immacolata Vassalo de Lopes (2004, p. 15) fala que um traço comum às mais recentes pesquisas de recepção é a consideração da natureza negociada de toda comunicação e da valorização da experiência e da competência produtiva dos receptores. Mas Lopes, Borelli e Resende (2002, p. 31-32) enfatizam que a simples comprovação dessa hipótese central não faz esses estudos avançarem teoricamente. Acreditam que as pesquisas empíricas qualitativas sobre a audiência estão deixando de lado a proposta de crítica cultural e política por meio do trabalho etnográfico crítico, feita pela corrente inicial dos Estudos Culturais: Hoggart, Thompson e Williams. O que estaria na proposta dos Estudos Culturais é que as práticas de recepção sejam articuladas com as relações de poder. Uma teoria compreensiva da recepção levaria em conta que esta é um contexto complexo, multidimensional, em que as pessoas vivem o cotidiano, ao mesmo tempo em que se inscrevem em relações de poder estruturais e históricas. Assim, a contribuição distintiva das mediações seria considerar a produção e a reprodução social do sentido envolvidas nos processos culturais não como apenas uma questão de significação, mas também uma questão de poder.

Lopes (1996, p. 44) afirma que a recepção não é um momento específico do processo, ela começa antes do momento de uso do meio e é posterior a esse também. Portanto, a recepção deve ser estudada como um todo, enquanto um processo:

Investigar a recepção exige pensar tanto o espaço da produção como o tempo do consumo, ambos articulados pela cotidianidade (usos/consumo/práticas) e pela especificidade dos dispositivos tecnológicos e discursivos (gêneros) da comunicação de massa (LOPES, 1996, p. 43).

O entendimento da recepção como um processo leva a uma proposta metodológica específica:

A recepção é, antes de mais nada, *uma perspectiva de investigação*, e não uma área de pesquisa sobre mais um dos componentes do processo de comunicação, neste caso, o público. Trata-se de uma tentativa de superação dos impasses a que tem nos levado a investigação fragmentadora e, portanto, redutora do processo, da mensagem, do meio e da audiência (LOPES, BORELLI, RESENDE, 2002, p. 39).

As mediações são consideradas por Lopes, Borelli e Resende (*idem*) como um tipo de estrutura incrustada nas práticas sociais e no cotidiano de vida das pessoas que, por se realizar por meio dessas práticas, seria traduzido em múltiplas mediações. Para estudá-las, as autoras partiram do modelo das múltiplas mediações, proposto por Guillermo Orozco, com o objetivo de operacionalizar o conceito de mediações (LOPES, BORELLI, RESENDE, 2002, p. 43). Não foi feita nenhuma observação sobre as concepções de mediação de Martín-Barbero e a de Orozco, nem considerações a respeito da equivalência ou não do conceito. De acordo com o exposto anteriormente, muitos consideram que a proposta de Orozco reduz o conceito de mediação proposto por Barbero a fatores de influência. Entretanto, Lopes, Borelli e Resende (*idem*, p. 44) enfatizaram que é preciso evitar o risco de tratar metodologicamente as mediações como se fossem uma versão atualizada da análise funcionalista da Comunicação.

Sabemos que esta, por não explicitar os princípios ordenadores ou articuladores da análise, nem demonstrar que todo objeto é constituído por uma malha de categorias de importância empírica e teórica diversa, passava a pulverizá-lo num infinidade de variáveis despojadas de qualquer significado social concreto e de qualquer pertinência teórica. Tratamos então de evitar esse simplismo metodológico (*idem*).

Maria Immacolata (prefácio a MARTÍN-BARBEIRO; REY, 2004, p. 09) considera Jesús Martín-Barbero o mais importante teórico da Comunicação e da cultura na América Latina. Segunda ela, com uma proposta transdisciplinar, que dialoga com autores clássicos e contemporâneos de comunicação, filosofia, epistemologia, antropologia, estética e etc, Barbero estaria renovando a análise dos fenômenos comunicacionais e culturais contemporâneos. A autora diz, ainda, que a análise da tecnicidade e da visualidade, propostas por Martín-Barbero, constituem uma chave

metodológica que se abre para a pesquisa empírica, ao propor a análise das conexões entre campos antes separados, das novas percepções e sensibilidades, da dimensão cultural e antropológica das interações sociais.

Assim, fazer avançar metodologicamente a *pesquisa das mediações* (até agora referida como sinônimo de *pesquisa de recepção*) é fazer do cotidiano mediatizado o seu *locus* preferencial de estudo, porém mais ampliado, tal como aqui sugerimos, por meio da incorporação das noções de *tecnicidade* e de *visualidade* como novos “lugares metodológicos” (prefácio a MARTIN-BARBEIRO; REY, 2004, p. 11).

Para concluir, vamos destacar algumas outras considerações de Lopes (2003, p. 27) sobre as telenovelas. De acordo com a pesquisadora, a verdadeira recepção destas pode ser captada por meio dos circuitos de circulação das conversas, em que as telenovelas são debatidas, a partir de vários lugares do cotidiano. Logo, a recepção das novelas é avaliada quantitativa e formalmente por meio dos índices de audiência e qualitativa e informalmente através de sua rede de circulação de sentidos.

A autora fala que, a partir de meados da década de 1980, a recepção passou a ser o foco dos estudos sobre a telenovela. As referências teóricas e metodológicas passaram a ser ampliadas, levando a uma perspectiva cada vez mais complexa e interdisciplinar da recepção. Teria sido neste momento que a recepção deixou de ser considerada como apenas um pólo do processo comunicativo, ainda que ativo, como normalmente é tratada na literatura internacional, de acordo com a pesquisadora. No contexto latino-americano, a recepção se torna uma perspectiva de análise, a qual reconstituiria o processo de Comunicação em produção, meio, texto e público. A autora vai além:

Parece que o termo "recepção" já não alcança mais para dar conta desse tipo de pesquisa, a que preferimos chamar de estudos de mediações. A nosso ver, são estes os que passam a ser uma marca distintiva das atuais pesquisas latino-americanas de comunicação (LOPES, em nota de rodapé, 2003, p. 30).

Lopes explica (*idem*) que essas pesquisas começaram, no Brasil, discutindo as diferentes interpretações realizadas por segmentos determinados do público, definidos a partir de critérios como a classe social e a situação geográfica. Posteriormente, a pesquisa demonstrou o caráter interativo da novela, da construção de um repertório compartilhado sobre a nação, do pacto de recepção entre a produção e o público. Isso levou à constituição de uma dinâmica que, ao longo dos anos, consolidou convenções formais de narrativa que são de amplo domínio do público. As diferentes formas de interpretar as novelas provenientes de variadas regiões do país, de diferentes classes e

segmentos sociais seriam possíveis apenas porque a novela é amplamente assistida. O significado sociocultural da telenovela, no Brasil e no restante da América Latina, para a modernidade vivenciada na região iria, então, muito além de seus efeitos, de acordo com a autora.

3.3 Mauro Wilton de Sousa

Mauro Wilton de Sousa organizou o livro *Sujeito, o lado oculto do receptor*, produto de um seminário de mesmo nome realizado em 1991, na Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. A obra reúne artigos provenientes das apresentações de pesquisadores envolvidos com o estudo da recepção. Sousa (2002, p. 13) considera que os enfoques e posturas sobre a recepção surgidos na época são instigantes, na medida em que deslocam os modos de ver e analisar o receptor na comunicação. A investigação sobre a recepção também reflete as novas estratégias interdisciplinares, as quais buscam superar os limites e dificuldades de suas áreas disciplinares, além de contribuir melhor para a geração de conhecimento num contexto de mudanças. O pesquisador explica que a pesquisa sobre o sujeito da recepção encontra dificuldades que são decorrentes do fato da prática acadêmica estar segmentada em campos disciplinares que nem sempre veiculariam entre si os resultados obtidos e as possibilidades de análise (SOUSA, 2002, p. 14).

No contexto em que a recepção ganhou força, a cultura deixa de ter um papel secundário em relação à dimensão político-ideológica, de acordo com o autor. É reconhecida sua autonomia como agente no processo de negociação do poder. Ou seja: “A interação ideológica-política, cultural pode existir e coexistir por força desse processo de negociação e não como categorias com pressuposto de dominação de uma sobre a outra” (*idem*, p. 26). Em relação ao mesmo período – final dos anos 70, começo dos 80 – Sousa diz o seguinte a respeito da recepção:

Quanto às comunicações, chama atenção a busca dos condicionantes do sujeito, das mediações que ultrapassam a noção de um determinismo entre emissor e receptor, ou sujeito e objeto. Embora esse “quem” da comunicação, esse sujeito, teoricamente ainda não esteja configurado, sabe-se que ocupa um espaço contraditório, o da negociação, o da busca de significações e de produções incessantes de sentido na vida cotidiana. O receptor deixa de ser visto, mesmo empiricamente, como consumidor necessário de supérfluos culturais ou produto massificado apenas porque consome, mas resgata-se nele também um espaço de produção cultural; é um receptor em situações e condições, e por isso mesmo cada vez mais a comunicação busca na cultura as formas de compreendê-lo, empírica e teoricamente (2002, p. 26-27).

Sousa (2002, p. 30) afirma que a Comunicação não pode mais ser vista apenas pelos veículos que a compõem, sendo necessário, também, entendê-la no processo em que esses veículos atuam. De acordo com ele, a Comunicação esteve por muito tempo reduzida às tecnologias: o cinema, o rádio, a imprensa escrita, a televisão. Dois eram os modos como os veículos eram compreendidos: “Ou eram vistos como veículos que surgem na vida das pessoas, como se fossem visitas isoladas no seu espaço de vida pessoal, ou como uma ‘entidade’, algo que os superava enquanto veículos, talvez a própria expressão viva do emissor-invasor” (SOUSA, 2002, p. 31).

Segundo o autor, em superação a essa visão, ganham ênfase as noções de cotidiano e de práticas de pessoas e grupos sociais como uma aproximação importante para o que se coloca como prioridade na pesquisa da interação entre comunicação e cultura. Esta considerada não apenas por uma conotação mais abrangente, enquanto “produção, circulação e consumo de significações”, mas também se situando no interior dessas práticas, onde ocorre a significação. Sousa (*idem*, p. 35) afirma que daí resulta o entendimento com que se trabalha o termo na América Latina. Explica, ainda, que a afirmação de Martín-Barbero defendendo que se repense não só o uso dos meios como as próprias estruturas da comunicação, a partir de modos de viver, traz uma nova postura: a comunicação pode ser vista com base nas práticas sociais cotidianas, ou seja, nessa visão de cultura. Nesse contexto:

Os meios de comunicação são vistos, no caso, não apenas como veículo, mas como expressão de uma instância pública que indaga, e também reconhece, os espaços de construção de valores, ainda que sejam valores grupais. Tais espaços são ao mesmo tempo de negociação e de debates, já que os valores, longe de serem expressão de sentido dado apenas pelo produtor ou pelo receptor, são o que exprimem o processo mesmo no qual eles ocorrem (SOUSA, 2002, p. 35-36).

Para tanto, o autor destaca que a noção de mediação é fundamental. Mas esta não retomaria o lugar de líder grupal ou de opinião, considerado positivista, nem se restringiria à identificação de sua existência. A noção de mediação procura qualificá-la no receptor, no emissor, no processo grupal e social.

Essa estratégia, se de um lado não elimina o lugar e o espaço do emissor, portanto não o nega nem o inocenta, faz o mesmo com relação ao receptor, que é buscado em seu contexto, mesmo na diferença do lugar social assimétrico que vem a ocupar perante o emissor (SOUSA, 2002, p. 36).

O pesquisador afirma também que estudar a recepção mediática implica, necessariamente, em uma compreensão do que se entende por comunicação:

Em outros termos, indagar sobre a temática da recepção exige que necessariamente se reporte a uma questão fundadora, a compreensão do que se entende por comunicação na vida social contemporânea. O campo da recepção mediática não tem autonomia, é conectado ao que o precede, o campo mais amplo da comunicação social (SOUSA, 1998, p. 40).

Portanto, a busca de novos olhares a respeito da recepção é também a procura de um novo modo de compreensão sobre a própria comunicação. Sendo que a centralidade dos meios na investigação seria um dos aspectos a serem superados. Questão que se liga tanto à melhor compreensão da comunicação, como da recepção:

É aí que ela se coloca como sendo o objeto que importa problematizar, visitar e reinterpretar, a temática da recepção, vinculada mas não resumida à relação com os media. O termo recepção, isoladamente, ou associado aos media, donde expressões como recepção mediática, ou recepção a produtos mediáticos, seriam ainda limitados por não evidenciarem exatamente o que está subentendido, o lugar de mediação e não só de determinação de técnicas de comunicação, num contexto de sociedade que pode centralizá-las e torná-las instituições sociais hegemônicas num tempo dado, mas não enquanto instituições sociais únicas e sempre determinantes por si mesmas (SOUSA, 1998, p. 41).

Seria importante, portanto, considerar que a recepção está inserida em um quadro mais amplo das relações sociais e culturais, em seu jogo de significações históricas, que incluem os meios, mas não dependem exclusivamente deles, como afirma Sousa (*idem*). A recepção seria também o eixo mais visível e sensível para se obter a significação do processo de comunicação como um todo, no qual os meios exercem o papel de mediação. Mas destaca que se deve observar as questões envolvidas no contexto do processo, a fim de não reduzir a recepção à sua relação com os meios, o que reforçaria a visão de um receptor sujeito-mercado e não de sujeito-ator social. Essa visão limitadora do processo, que o restringe à relação com os meios, levaria a compreensão da recepção, e logo também da comunicação, a ficar determinada pela técnica. Na verdade, segundo o autor, esta não teria autonomia no processo, ela faria parte deste processo de relações sociais e culturais mais complexo.

Sousa (1998, p. 45) fala que os Estudos Culturais são um dos caminhos preferenciais no estudo da recepção, ao propor uma “olhar ressignificado” para tratar a temática. Ele diz que esses estudos partiram das proposições dos Estudos Culturais do centro de Birmingham, incorporando contribuições de outros autores e tradições da pesquisa em comunicação. A análise da recepção aparece de forma privilegiada nos Estudos Culturais, justificando a força que estes adquiriram no campo da Comunicação.

Sousa (*idem*, p. 46) fala que os deslocamentos e rupturas metodológicas em relação à recepção trazem novo sentido a categorias explicativas, como as referidas à relação entre cultura e ideologia, negociação e dominação, cotidiano e sistema social. Dessa forma, constitui-se um campo de problemáticas que possibilitariam um novo olhar sobre as práticas de recepção.

Outras pistas daí advém igualmente. Retomar os estudos culturais como eixo nos estudos sobre recepção mediática e confrontá-los com aqueles que buscam atualizar o debate sobre a esfera pública contemporânea do pensamento político e social, traz novos vetores de aproximação entre cultura, comunicação e política. A indicação da possibilidade de espaços públicos parciais, fragmentados, e onde demandas sociais ganham significação frente àqueles da representação política, faz reintroduzir a comunicação, não mais como elemento de deterioração do espaço público pela sua vinculação mercadológica, mas como espaço de mediação no conflito social das sociedades democráticas emergentes (SOUSA, 1998, p. 46).

3.4 Itania Maria Mota Gomes

Itania Maria Mota Gomes é doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (2000). Realizou pós-doutorado, na Université Sorbonne-Nouvelle (Paris III). Atualmente é professora da Universidade Federal da Bahia, no Departamento de Comunicação. Entre suas áreas de pesquisa estão os Estudos Culturais, de Recepção e Teorias da Comunicação.

A pesquisadora diz que no campo do saber comunicacional, os modelos teóricos e metodológicos utilizados para analisar a relação entre meios e receptores estão configurados sob enfoques de diversas fontes e matrizes conceituais. Sendo que, de acordo com a abordagem e o período histórico do desenvolvimento da Comunicação como uma disciplina, a ênfase pode incidir sobre a audiência, os efeitos ou a recepção (GOMES, 2004, p. 14).

A pesquisadora diz que, principalmente no contexto internacional, a expressão “estudos de audiência” é usada para designar as várias abordagens da relação entre meios e receptores, como os estudos dos efeitos, a corrente dos Usos e Gratificações, pesquisas oriundas dos Estudos Culturais, investigações empíricas qualitativas e as análises literárias. A autora atribui esse uso ao fato de que o termo inglês *audience* estaria associado tanto à relação entre os meios e seus públicos como ao próprio público. Já no Brasil, “audiência” se remeteria a uma concepção empírica do público dos meios. Por isso, Gomes considera como pesquisas de audiência as investigações que buscam compreender, quase sempre de modo quantitativo, quem são as pessoas que ouvem, assistem ou lêem um veículo ou programa (*idem*).

Por atribuir a estes estudos, como principal característica, a abordagem estatística dos receptores, Gomes (*idem*, p. 15) os classifica como pertencentes ao âmbito das pesquisas de mercado sobre comunicação. Por isso, dedica-se aos estudos dos da recepção e dos efeitos.

São *Estudos dos Efeitos* aqueles que procuram medir o impacto que os meios de comunicação têm sobre a audiência, em geral procurando classificar o poder dos meios em termos de *minimal effects* ou *maximal effects*. Estes efeitos podem ser descritos como diretos ou indiretos, limitados ou irrestritos, efetivados a curto ou a longo prazo. Podem ser efeitos sobre o voto ou os hábitos de consumo, sobre os comportamentos, as opiniões e as atitudes, sobre a sexualidade ou sobre a violência, sobre a formação da opinião, sobre a aquisição dos conhecimentos, sobre a construção da realidade. Podem incidir sobre os indivíduos, os agrupamentos sociais ou o sistema social. Em geral, pode-se dizer que tais estudos são guiados pela pergunta: o que os meios de comunicação fazem às pessoas? (*idem*).

Já os “*Estudos de Recepção*”, de acordo com Gomes:

(...) caracterizam-se por procurar entender o lugar do receptor no processo comunicativo a partir da perspectiva da sua *atividade* e, portanto, negando as concepções que o entendem passivo, já que condicionado por um esquema linear de comunicação. Não necessariamente quantificam ou tipificam as audiências, embora possam recorrer a esta estratégia com fins metodológicos; não necessariamente se preocupam com o poder dos meios sobre as pessoas. Definem-se antes como aqueles estudos que procuram dar conta da “relação” entre os meios e os receptores a partir da negação de que essa relação seja de mero “efeito de uns sobre os outros” (*idem*, p. 16).

Cabe lembrar que a autora desconsidera para essa tipologia os estudos que não sejam realizados no âmbito da Comunicação, como os desenvolvidos pela estética literária, por Hans Robert Jauss e Wolfgang Iser (*idem*).

Ao mapear as principais correntes de investigação sobre os efeitos ou a recepção, Gomes (*idem*, p. 17) conclui que não houve muitos avanços na pesquisa que visa compreender o processo receptivo, a não ser no âmbito dos Estudos Culturais. Mas, apesar de a proposta ser entender a experiência cultural contemporânea, configurada pelos meios de comunicação, na perspectiva das contribuições da semiótica, a pesquisadora acredita que essa proposição se perde nas análises de recepção implementadas: “De algum modo, e por mais sofisticadas que sejam tais análises, elas acabam por subsumir a investigação da recepção às investigações empíricas qualitativas de audiência”. Segundo Gomes (*idem*, p. 18), a pesquisa empírica de recepção tem contribuído para a compreensão do processo da recepção, mas seria preciso aprofundar a análise de quais foram e podem ser as contribuições dessa pesquisa.

Neste sentido, tendemos a acreditar que a pesquisa empírica qualitativa de audiência tem se mostrado muito útil como estratégia para a abordagem de outras questões referentes às relações entre Comunicação, Cultura e Sociedade, tais como a sociabilidade, as configurações da política, a organização do tempo e do espaço, as relações entre cultura global e cultura local, as representações sociais e o problema das identidades. Mas tem nos deixado desamparados quando se trata de explicar *o que é mesmo recepção?* (*idem*).

A pesquisadora questiona quais seriam as contribuições de sucessivas análises etnográficas para compreender a recepção, uma vez que a questão fundamental deveria ser a compreensão do processo comunicativo e não a descrição dos comportamentos da audiência. As investigações localizadas, regionalizadas, de certos encontros entre meios e receptores estariam impedindo esse aprofundamento (GOMES, 2004, p. 235-236). A autora afirma também que atribuir aos estudos de recepção a função de levantar dados é redutora:

Na medida em que os estudos de recepção se qualificam como investigação empírica qualitativa de audiência, eles, do ponto de vista do que nos interessa neste livro, se empobrecem e, ao invés de marcar uma posição de ruptura em relação à tradição de investigação da comunicação oriunda da teoria da informação, significam um refinamento das pesquisas de audiência. A identificação dos “estudos de recepção” à “pesquisa empírica qualitativa de audiência” parecem-nos extremamente redutora (GOMES, 2004, p. 237).

Gomes (*idem*, p. 221) ainda discorda da divisão proposta por Jensen & Rosengren das pesquisas sobre a audiência em cinco tradições: estudo dos efeitos, Usos e Gratificações, análises literárias, Estudos Culturais e análises de recepção. Para esta pesquisadora, os estudos dos efeitos coincidem com a corrente dos Usos e Gratificações e os Estudos Culturais com as análises de recepção:

No primeiro caso, discordamos da separação por entendermos que a corrente dos usos e gratificações, apesar de realizar uma crítica aos estudos dos efeitos, não representa um corte radical com seus postulados mais fulcrais. Recusamos a distinção entre as análises de recepção e os Estudos culturais porque entendemos que, rigorosamente, as análises de recepção são as investigações empíricas sobre a relação entre *media* e audiência realizadas dentro do quadro teórico-metodológico dos Estudos Culturais (*idem*).

Ou seja, a análise da recepção é a pesquisa empírica realizada nos marcos dos Estudos Culturais, e não uma tradição independente (GOMES, 2004, p. 223).

Gomes (*idem*, p. 238) enfatiza ainda que os gêneros, que são “formas reconhecidas socialmente a partir das quais se classifica um produto dos *media*”,

permitiram entender o processo comunicativo a partir da interação, e não só das mensagens.

3.5 Outros

Neste capítulo serão apresentadas algumas contribuições consideradas importantes por vários autores brasileiros que, integral ou momentaneamente, tenham se dedicado ao tema da recepção.

Antônio Fausto Neto (2002, p. 191) afirma que, no caso específico da recepção, ainda não são dominados os recursos teóricos e metodológicos para descrever e explicar o que se passa entre os protocolos de emissão e de recepção das mensagens. Ele acrescenta que os trabalhos mais consistentes optaram pela abordagem dos estudos de caso e foram realizados por pesquisadores que não são da Comunicação. Em sua opinião, antropólogos e sociólogos conseguem estudar novelas, telejornais e programas com mais vigor e criatividade metodológicos.

Magno Medeiros da Silva (1998, p. 1) fala que desde os primeiros estudos que se dedicavam aos meios de comunicação, a reflexão em torno do receptor tem passado por “crises epistemológicas marcantes”:

Com efeito, o receptor dos *mass media* tem oscilado entre posições antagônicas ou contraditórias: 1) passivo; 2) ativo; 3) alienado; 4) massificado; 5) crítico; 6) receptor-sujeito; 7) receptor-objeto.

As várias teorias referentes aos *mass media* (hipodérmica; empírico-experimental; empírica de campo; funcionalista; teoria crítica; ação comunicativa; teoria culturológica; semiológica; matemática; "agenda-setting" etc.) têm atribuído ao receptor papéis/funções controversos, polêmicos e contraditórios (SILVA, 1998, p.1).

O pesquisador explica que no âmbito da recepção, ora se pensa o olhar do receptor como fatigado, por causa da banalização e do excesso de imagens, ora se pensa como imaginantes, devido ao processo de reelaboração simbólica do sujeito. Ou seja, variando segundo a teoria que sustenta a pesquisa, o receptor é "sujeito" ou "objeto" dos *mass media*, de acordo com Silva (*idem*).

Para tentar se distanciar da tese de manipulação/alienação do receptor, mas sem cair em seu oposto, a sua hipervalorização, Silva (*idem*, p. 10) fala que surgiu a Teoria da Recepção: “À luz dos vieses constatados ao longo da evolução da *communication research*, a Teoria da Recepção vem tentando, assim, redimensionar e relativizar o papel do sujeito no processo de comunicação”. Silva acredita que os estudos de recepção são especialmente relevantes, ao constituírem um novo paradigma teórico-

metodológico na Comunicação. Isso implica romper com a visão do processo de comunicação constituído em etapas, como propõem Jesús Martín-Barbero. A comunicação não seria composta de pólos isolados: recepção, emissão e meios.

A recepção deve ser entendida, portanto, como um contraditório espaço de trocas, onde o sujeito-receptor não pode mais ser considerado como indivíduo passivo, como receptáculo vazio ou como vítima dos meios, notadamente da televisão. Ao contrário, o receptor deve ser encarado, sim, como um sujeito ativo (embora também passivo) do processo de comunicação, que interage, interpreta e reelabora informações e imagens. Enfim, um sujeito inserido profundamente num processo de comunicação, sempre contraditório e complexo, cujo poder maior está circunscrito à dinâmica do desejo (SILVA, 1998, p. 12).

O professor Giovandro Ferreira (2005, p. 1) faz um panorama sobre os estudos dos efeitos. Ele parte da seguinte afirmação inicial:

(...) a evolução dos estudos dos efeitos segue, primeiramente, um caminho que caracterizam as ações dos meios de comunicação como certos mesmo eles sendo ilimitados ou limitados. Nos estudos mais recentes, tal certeza entra em declínio e estes novos estudos vão caracterizar os efeitos dos meios de comunicação pela sua natureza difusa, indireta e cognitiva. Porém, de um ponto de partida marcado as vezes pela mutilação do objeto estudado, podemos estar caminhando para travessia que deixamos para alguns erros do passado (mutilação...), assim como uma problemática comunicacional.

De acordo com a perspectiva dos efeitos ilimitados, Ferreira (2005, p. 1-3) inclui a teoria hipodérmica, a teoria crítica e as hipóteses do Agenda Setting e da Espiral do Silêncio. Os meios onipotentes estariam de um lado e o indivíduo no pólo oposto, expostos aos efeitos provocados pela comunicação.

Sob a ótica da perspectiva dos efeitos limitados: os efeitos são considerados certos, mas restritos. Ferreira (2005, p. 6) fala que o contexto social é introduzido no modelo de análise, exercendo um papel de filtragem entre meios de comunicação e recepção. Os indivíduos não são mais vistos como atomizados e homogeneizados, ganhando relevância os grupos sociais.

Entre as correntes que desenvolveram esses estudos estão as pesquisas de Lazarsfeld e Katz e a de Usos e Gratificações. Mas Ferreira (*idem*, p. 7) destaca que, desde a década de 1960, outras abordagens têm demonstrado interesse pela recepção, sem ter, contudo, interesse pelo receptor:

Podemos detectar estas abordagens por trabalhos tradicionalmente estiverem próximos dos estudos de produtos mediáticos, como estes da semiologia, que numa démarche de conhecimento, entre outros, de mitologias contemporâneas fazem alusão a um receptor, como pretexto para uma análise interna ou imanentista do texto.

Além disso, outra vertente desta mesma tendência poderia ser encontrada nas interpretações de obras literárias, as quais observavam o receptor por meio do leitor modelo ou ideal presente nessas obras. Ferreira (*idem*, p. 8) diz que, nessa perspectiva, estão os estudos feitos pelo viés da hermenêutica, da fenomenologia e da semiótica.

O pesquisador insere na categoria dos efeitos limitados a corrente dos *cultural studies*, os quais fazem apelo aos estudos semiológicos, com uma tendência política, destacando noções como dominação e hegemonia. A recepção começa a ser vista como limitada e de efeitos não tão certos. Ela deixa de ser “um lugar de absorção passiva de significações pré-construídas” e passa a ser um “lugar de produção de sentido” (*idem*, p. 9). A partir das contribuições da perspectiva de pesquisa dos efeitos limitados e dos Estudos Culturais, o autor destaca:

Uma diferença se estabelece entre a produção e recepção em vários estudos realizados, que buscam uma convergência entre os domínios da semiologia e da sociologia, que finda, igualmente, numa distinção entre o receptor modelo ou ideal e o receptor empírico. Esta *décalage* impera, também, entre o texto concebido, texto produzido, texto difundido e o texto efetivamente recebido, lugar de recepção, da edificação dos efeitos (FERREIRA, 2005, p. 9).

Mas o pesquisador questiona se é possível que os avanços dos estudos de recepção levem a uma posição paralela e não antagônica entre o paradigma dominante e os Estudos Culturais, considerando-se estes como uma versão dos efeitos limitados acrescida de uma vertente semiológica e política (*idem*).

Sobre as tendências para o estudo de recepção mais recentes, o autor chega a três conclusões:

Primeiramente, tais estudos distanciam-se de respostas definitivas e certeiras. Segundo, os efeitos são geralmente nuançados e quando, no entanto, percebe-se alguns impactos, eles são circunscritos a um determinado público, em certas circunstâncias, sob certas condições específicas. Terceiro, o receptor está sempre socialmente situado, e por fim, ele não é passivo em relação às mensagens recebidas. Ele se coloca freqüentemente numa relação marcada por uma negociação com a produção, ou seja, a recepção é um lugar de reconhecimento e de construção de sentido (FERREIRA, 2005, p. 11).

Mas aponta um problema: certas pesquisas estariam migrando de uma problemática comunicacional para uma que é, principalmente, antropológica e sociológica. Isto levaria a uma diluição dos meios de comunicação nessas pesquisas.

Será que de uma certa maneira, está ocorrendo uma perda de foco sobre os meios de comunicação em detrimento aos estudos amplos de construção social da realidade, o estudo de identidades e do elo social, domínios e temas mais apropriados à sociologia, e em especial à antropologia. Será que pensar a recepção como um novo lugar das ciências da comunicação, não estaríamos edificando uma outra hipertrofia como já representara a emissão ou produção mediática? (FERREIRA, 2005, p. 12)

A proposta final de Ferreira (*idem*) é que o novo lugar para a pesquisa em Comunicação reivindicado pelas correntes teóricas recentes da recepção seja, na verdade, ocupado pela circulação entre a produção e a recepção:

(...) numa atitude aberta com outros domínios do saber (recuperando o saber acumulado na produção mediática mais antiga, como também da recepção), que articule uma convergência de estudos de perspectivas ditas discursivas e sociológicas. Ademais, tal circulação nos coloca no interior de uma problemática mediática, sem necessariamente cair numa mutilação de nosso objeto de estudo, crítica esta tão presente aos primeiros estudos dos atos e processos comunicacionais. (*idem*)

Mauro Porto (2003, p. 1) propõe a discussão das principais tradições de pesquisa sobre a recepção e os efeitos dos meios de comunicação que se desenvolveram no campo da comunicação e dos Estudos Culturais, a fim de elaborar um modelo de pesquisa integrado, o qual incorpore as contribuições dessas tradições. O autor fala que uma compreensão mais adequada e completa da recepção surgiu nos anos 1980, quando pesquisadores vinculados à teoria crítica começaram a desenvolver investigações empíricas com a audiência (*idem*, p. 8). Antes disso, os estudos dos efeitos dos meios de comunicação estariam se desenvolvendo sob variadas teorias e enfoques, que variam dos processos de persuasão que caracterizam as campanhas de curto prazo aos efeitos cognitivos de longo prazo. Mais recentemente, também foram trabalhadas as teorias sobre o processamento da informação. Mas o autor aponta:

Apesar dessa diversidade, ainda é possível identificar algumas características comuns nos estudos conduzidos na tradição dos estudos sobre os efeitos da mídia. Esses estudos tendem a conceber o conteúdo da mídia como “informação”, ignorando o processo pelo qual o conteúdo da mídia é simbolizado.⁵ Esses estudos também tendem a utilizar métodos quantitativos, principalmente *surveys* e experimentos controlados. Como alternativa ao paradigma dos estudos dos efeitos, uma nova tradição surgiu na década de 1980 no campo da comunicação e dos estudos culturais (PORTO, 2003, p. 8-9).

O novo paradigma, designado por Porto como a “pesquisa de recepção”, passou a “ênfatar disputas ideológicas no processo de comunicação, utilizando métodos qualitativos (etnografia, entrevistas abertas, grupos focais, etc.) e tratando os membros

da audiência como agentes que interpretam ativamente o conteúdo da mídia” (2003, p. 9). Dentre os estudos de recepção, Porto destaca as pesquisas do *Centre of Contemporary Cultural Studies*, de Birmingham; e de Stuart Hall, com seu modelo *encoding/decoding*:

O modelo *encoding/decoding* abriu uma nova fase na pesquisa sobre audiência no campo dos estudos críticos de comunicação. Ele desafiou teorias simplistas sobre a ideologia dominante ao ressaltar que significados preferenciais inscritos no conteúdo da mídia podem ser decodificados de diferentes formas pelos membros da audiência. Outros autores seguiram este caminho e começaram a desenvolver pesquisas empíricas com audiências, originando o campo da análise de recepção. Uma nova onda de estudos na década de 1980 passou a utilizar métodos etnográficos para investigar como os programas da televisão são apropriados de forma ativa pelos telespectadores, (...) (PORTO, 2003, p. 12).

Porto (*idem*, p. 13-14) acredita que a transição do modelo *encoding/decoding* é bem caracterizada pela trajetória de David Morley, que se afasta das questões políticas relacionadas ao conteúdo dos meios de comunicação e estruturas sociais mais amplas e dá mais ênfase às atividades concretas dos membros da audiência.

O pesquisador busca a integração das duas perspectivas (estudo dos efeitos e pesquisa de recepção), vistas comumente como antagônicas e irreconciliáveis.

Para alcançar este objetivo, proponho evitar duas posições extremas. De um lado, não é viável, nem mesmo desejável, construir uma "teoria compreensiva da audiência". Diferenças teóricas e epistemológicas continuarão a dividir o campo. Por outro lado, é preciso ultrapassar a resistência à integração por parte daqueles que apontam para diferenças fundamentais entre perspectivas alternativas. Creio que seria mais apropriado ter o que Bruner (1990, p. 30) denomina "abertura de mente", ou seja, um desejo de construir conhecimento a partir de perspectivas múltiplas, sem perder o compromisso com seus próprios valores. É possível construir uma teoria da recepção da mídia a partir de perspectivas teóricas e epistemológicas específicas, incorporando aspectos de perspectivas divergentes (PORTO, 2003, p. 15)

Porto (*idem*) fala que, para avançar na proposta de integração, é importante ultrapassar “pressupostos simplistas sobre as teorias adversárias”. Com frequência, a tradição dos estudos dos efeitos sofre críticas a respeito de seu ‘behaviorismo’ e pelo mecanicismo e linearidade de sua visão do processo comunicativo. Mas desconsidera-se que existem vertentes dentro desse paradigma que reconhecem a não-passividade do receptor e já teriam superado os pressupostos behavioristas. Sobre como poderia se dar a integração entre a pesquisa de recepção e o estudo dos efeitos, Porto afirma que:

Diversos acadêmicos já destacaram como enfoques oriundos das ciências humanas e das ciências sociais poderiam estabelecer uma

complementaridade na pesquisa com audiências. De acordo com estes autores, os cientistas sociais necessitam das visões dos estudos culturais e humanistas sobre a produção, as estruturas e as interpretações das mensagens dos meios de comunicação; por outro lado, os enfoques das ciências humanas necessitam das visões das ciências sociais para compreender padrões sistemáticos de comportamento dos membros da audiência (Schroder, 1987, p. 28; Jensen, 1987; Vorderer and Groeben, 1992; McLeod et al., 1992, p. 256) (2003, p. 16).

Além disso, o pesquisador defende que é preciso superar as noções tradicionais de método, pois, “apesar do fato de que a escolha dos métodos é frequentemente justificada em termos de diferenças epistemológicas irreconciliáveis”, não existiria “uma correspondência automática entre perspectivas críticas e métodos qualitativos ou entre teorias empíricas e métodos quantitativos” (PORTO, 2003, p. 17-18).

Segundo Porto (2003, p. 19), o mais importante ao escolher os métodos que serão utilizados para analisar as audiências é começar questionando o que se deseja estudar: “Se o pesquisador está interessado na análise tanto dos padrões gerais de recepção, como nas atividades interpretativas das audiências, então uma combinação de métodos quantitativos e qualitativos é necessária”. Afinal, os enfoques integrados contribuiriam, de acordo com a proposta, para aprofundar o conhecimento e superar as limitações das pesquisas sobre a relação entre os meios e as audiências.

Marco Toledo de Assis Bastos (2008, p. 88-91) afirma que a obra de Martín-Barbero é a mais importante contribuição teórica dos Estudos Culturais para a Comunicação, sendo que o conceito chave proposto por este autor é o de mediações. A mediação seria:

(...) o pano de fundo onde as manifestações comunicacionais orquestram tramas culturais. O conceito não tem contornos muito claros e compreende toda a gama de relações e intersecções entre cultura, política e fenômeno comunicacional. Especialmente, as mediações se referem às apropriações, recodificações e resignificações particulares aos receptores (BASTOS, 2008, p. 88).

A mediação seria a responsável por integrar cultura e comunicação na processualidade do cotidiano, sendo este conceito o ponto fulcral de um sentido processado na comunicação:

É aliás o conceito de sentido, parcamente, desenvolvido por Martín-Barbero, que permite a conjunção de cultura e comunicação, afastando um entendimento antropológico de cultura; de outra maneira, cultura e comunicação seriam categorias intercabiáveis (*idem*).

Portanto, as mediações seriam o que sustenta o esquema, inviabilizando a redução da comunicação à cultura ou vice-versa. Porém, Bastos afirma que a proposta não é clara:

(...) ainda que o teórico colombiano se desfaça de conceitos como emissor e receptor, propondo uma análise que abandona os meios para se deitar sobre as mediações, não fica claro quais elementos compõem essas mediações. Pois se a mediação é todo um complexo social incomensurável que resignifica os produtos culturais, tirando sentido intersubjetivo, então há pouco de comunicação e muito de sociologia na abordagem, que não permite vasculhar a translação de significações em sentidos, que não explica como a natureza anódina do significado textual se transforma em sentido social (*idem*, p. 90).

O pesquisador fala que é necessário que sejam formuladas noções para caracterizar a processualidade comunicacional, a fim de não subsumir na esfera da cultura a especificidade comunicacional. Bastos aponta que os Estudos Culturais (os quais incluem a teoria das mediações) são uma disciplina acadêmica que combina elementos que vão da política à comunicação, mas que tem como foco as práticas culturais, por isso:

Um ponto de vista comunicacional pedirá às mediações uma arquitetura conceitual mais robusta, que relacione a recepção aos processos comunicacionais com conceitos específicos, ultrapassando essa seara da cultura que envolve o fenômeno comunicacional em diversidade indiferenciada e o devolve em atividades simbólicas invisíveis. Um ponto de vista comunicacional pedirá outras noções, porque para além da operacionalidade medial da cultura, quer compreender o que há de comunicacional em cada cultura (*idem*, p. 90-91).

Apesar de acreditar no estatuto transdisciplinar da Comunicação, Bastos defende a necessidade de um tratamento específico para a problemática e questiona o que há de autenticamente comunicacional nas mediações.

Passaremos, agora, a algumas considerações críticas a respeito do que foi apresentado até este ponto.

4. Apontamentos Críticos

A partir das leituras realizadas foi possível constatar as importantes contribuições que os estudos de recepção, sob a ótica dos Estudos Culturais Latino-Americanos, trouxeram para o campo do saber comunicacional. A descoberta do receptor – ou redescoberta, como preferem considerar alguns estudiosos da área, por exemplo, Curran – foi fundamental para os rumos percorridos pela pesquisa em Comunicação nos anos recentes.

Essa tomada da recepção como objeto de estudo e, além disso, como um “lugar para a investigação”, conforme explicam os autores, possibilitou inúmeras rupturas que trouxeram novos olhares para o campo. O receptor como parte importante do processo comunicativo, responsável pela produção de sentido, ativo, crítico e capaz de participar da comunicação é, inquestionavelmente, uma proposição renovadora para a área.

Também é consenso entre os pesquisadores do campo a importância da cultura para o saber comunicacional. A valorização da instância cultural pelos Estudos Culturais trouxe para o centro das preocupações dos investigadores do campo a cultura e suas inter-relações com o processo comunicativo.

Como as contribuições desta tradição já foram bastante ressaltadas na apresentação dos autores latino-americanos e brasileiros estudados, vamos destacar neste capítulo final alguns pontos de discussão e crítica que possam gerar contribuições para o avanço da pesquisa de recepção brasileira.

4.1 Estudos Culturais e recepção – duas correntes ou a mesma tradição?

Em relação aos questionamentos que guiaram esta pesquisa, sobre a relação entre os estudos de recepção e os Estudos Culturais Latino-Americanos, chegamos a algumas conclusões.

Primeiro, é importante destacar que não há consenso entre os pesquisadores da área sobre a coincidência ou não entre os estudos de recepção e a tradição dos Estudos Culturais. Como foi dito, no Brasil, há uma tendência a coincidir os primeiros com os segundos, sob a classificação utilizada por Escosteguy & Jacks de “estudos socioculturais”. Qualquer outra abordagem não corresponderia a um autêntico estudo de recepção. Itania Gomes também diferencia as pesquisas de recepção que são realizadas sob a tutela teórica dos Estudos Culturais como um campo à parte. Já no contexto internacional, esses estudos estão reunidos sob uma designação mais abrangente, a de “pesquisas de audiência”. Jensen & Rosengren definem cinco subclassificações para

essas pesquisas, sendo que os Estudos Culturais constituem uma e as análises de recepção, outra. O ponto em comum é a forte oposição às tradições correntes antes do surgimento dos Estudos Culturais, denominadas de “estudos dos efeitos” (*Communication Research*), sendo que pouquíssimos pesquisadores se dedicam ou acreditam ser possível a integração dos dois paradigmas: “recepção/Estudos Culturais”, de um lado; e “estudos dos efeitos”, de outro. Pelo que se pôde constatar, pouco espaço se dedica às contribuições da tradição anterior, predominando a oposição teórica e metodológica entre as propostas.

De qualquer forma, os Estudos Culturais Latino-Americanos foram apontados majoritariamente como a melhor abordagem para o estudo da recepção. Tendo em vista que, pelas concepções defendidas por essa perspectiva, a recepção corresponde ao próprio processo comunicativo, os Estudos Culturais são apontados por muitos pesquisadores do campo como a alternativa mais produtiva, senão a única viável, para o estudo da Comunicação. Isso leva a um uso instrumental dessa abordagem: a diversos problemas de pesquisa relacionados ao receptor, aplicam-se os pressupostos teóricos e metodológicos dos Estudos Culturais, sem maiores considerações sobre suas possibilidades e limitações para trazer maior compreensão sobre o objeto pesquisado. Os pressupostos dessa corrente tornaram-se de tal maneira difundidos na pesquisa brasileira, que a principal crítica elaborada nesta área de pesquisa tem sido dirigida à incompreensão e à má-execução da proposta dos Estudos Culturais. Poucos se dedicam a destacar as limitações teórico-metodológicas dos estudos de recepção/Estudos Culturais. Dado o escasso número de críticas a esta perspectiva, podemos questionar se os Estudos Culturais Latino-Americanos não teriam, ironicamente, se convertido em uma tendência de pesquisa dominante no contexto latino-americano. A contradição estaria no fato de que uma corrente de pesquisa tão engajada na oposição às tradições dominantes, que desenvolveu o conceito de hegemonia, se torne uma tendência dominante no campo, com pouca abertura de espaço para a crítica. A hegemonia de uma teoria pode levar ao dogmatismo, como diz Martín-Barbero:

A dependência nega ao trabalho acadêmico a pertinência e a necessidade de pensar as relações entre concepções de comunicação e modelos de educação. É uma universidade que se nega a pensar essa relação induzirá os professores a manter a mesma atitude com respeito às teorias: ou o ecletismo ou a submissão àquilo que diga a hegemonia. Em nome do pragmatismo ou do oportunismo, as escolas não só se tornarão incapazes de elaborar uma concepção minimamente própria mas acabarão por trasladar sua atitude de dependência à relação pedagógica. Pois só em uma relação

ativa, de apropriação e de invenção, se pode enfrentar a conversão dos modelos em dogmas e teorias em doutrinas (2004, p. 240).

Não estaria a crítica de Martín-Barbero se voltando contra os próprios teóricos dos Estudos Culturais Latino-Americanos? Ou, pelo menos, contra parte do campo da pesquisa em recepção no Brasil? Este é um ponto que demanda reflexão interna da área.

Antevendo este risco, Canclini aponta algumas diretrizes que os Estudos Culturais devem seguir a fim de evitar a ortodoxia:

Creo que los estudios culturales pueden librarse del riesgo de convertirse en una nueva ortodoxia fascinada con su poder innovador y sus avances en muchas instituciones académicas, en la medida en que encaremos los puntos teóricos ciegos, trabajemos las inconsistencias epistemológicas a las que nos llevó movernos en las fronteras entre disciplinas y entre culturas, y evitemos "resolver" estas incertidumbres con los eclecticismos apurados o el ensayismo de ocasión a que nos impulsan las condiciones actuales de la producción "empresarial" de conocimiento y su difusión mercadotécnica (1997, p. 45-60).

Carlos Reynoso acusa que “os estudios culturales no sólo distan años luz de ser la ciencia tolerante y plural que alegan. Por el contrario, constituyen uno de los escenarios intelectuales con más tendencia a la clausura, la codificación y la ortodoxia” (2000, p. 72). Além disso, o autor questiona a tensão entre a existência de um trio de fundadores (Williams, Hoggart e Thompson) e a proposta de abertura:

¿A qué viene entonces recordar a cada rato las fundaciones si nada debería ser perdurable? ¿Cómo se concilia la veneración de un canon sagrado con las profesiones de apertura, diálogo e extradisciplinariedad? Conjeturo que la necesidad de presentar a la mirada un patrimonio que pareciera sustancioso y conexo a la mirada un patrimonio que pareciera sustancioso y conexo pudo más que la promesa de vivir sin rendirse a una ortodoxia (REYNOSO, 2000, p. 62).

A falta de rigor metodológico e o uso de técnicas de pesquisa insuficientes para abarcar a recepção constituem uma crítica recorrente mesmo entre os autores que trabalham sob a ótica dos Estudos Culturais Latino-Americanos. Sendo essa fraqueza teórico-metodológica, inclusive, uma característica da pesquisa em recepção que aparenta ter sido herdada dos Estudos Culturais. Guillermo Orozco é um dos que discutem essa limitação das pesquisas realizadas na forma de ensaios em detrimento de pesquisas empíricas:

El resultado negativo quizá más importante de lo anterior ha sido la realización de la investigación empírica de recepción con muy pequeños segmentos de audiencia y muchas veces sin tomar las debidas precauciones epistemológico-metodológicas para realizar una contribución a la teorización sobre la propia recepción. No se esperaba hacer

generalizaciones estadísticas de una investigación cualitativa, como ha sido la crítica miope a los estudios cualitativos desde la perspectiva cuantitativa, pero sí se esperaría que cada estudio concreto reuniese criterios de “suficiencia comparativa” y aportase elementos para reformular teoría, por ejemplo desde suelo latinoamericano. Muy pocos ER [Estudos de Recepção] reúnen las condiciones necesarias para ello, no obstante que precisamente la formulación de hipótesis y nueva teoría haya sido y sea una de las características más importantes que definieron y distinguieron desde sus orígenes a los ER (2003).

Pudemos observar também que os conceitos nem sempre se apresentam claramente definidos entre os vários autores da mesma perspectiva. É o que ocorre com um dos mais relevantes conceitos para esta tradição: a definição de mediação que, como já foi discutido, apresenta variações de sentido, inclusive algumas contraditórias.

Contradição que também podemos constatar na definição de interdisciplinaridade. O próprio termo não é um consenso: também podem ser empregados, entre outros, multidisciplinaridade ou transdisciplinaridade. Podemos observar que essa contradição se faz bastante visível na obra de Néstor García Canclini. O autor tenta especificar o que entende por transdisciplinaridade, contrastando-a com a interdisciplinaridade:

Mas como realizar um trabalho científico com essa noção dispersa, essa existência disseminada do popular, apreendida em um lugar pelos folcloristas, em outro pelos sociólogos, acolá pelos comunicólogos? É uma pergunta que nenhuma associação pode responder sozinha. Se existe um caminho, não acreditamos que possa prescindir do trabalho transdisciplinar. Não digo interdisciplinar porque isto costuma significar que os diversos especialistas justapõem conhecimentos obtidos fragmentária e paralelamente (CANCLINI, 2008, p. 281).

Ou seja, o trabalho transdisciplinar se refere a um mesmo pesquisador trabalhando em áreas de diferentes disciplinas. Mas, por outro lado, apesar de julgar necessário que o conhecimento seja obtido de uma maneira que ultrapasse a divisão disciplinar, ele reconhece a existência de diferentes especialidades:

Ter trabalhado com antropólogos, sociólogos, comunicólogos e historiadores da arte deu-me a possibilidade de obter informações novas e multifocais sobre as interações microssociais na vida cotidiana e sobre as macro-tendências de que falam os censos e as enquêtes. Coordenar as contribuições de uns e de outros foi, mais do que uma tarefa administrativa ou de rotina acadêmica, experimentar o estimulante desafio de suas discrepâncias (CANCLINI, 2006, p. 51).

Canclini reconhece que cada área do saber pode contribuir com conhecimentos específicos. Mas, ao se colocar na perspectiva da transdisciplinaridade, não deixa claro

como seriam obtidos esses saberes especializados, se todos os pesquisadores trabalhassem na perspectiva da transdisciplinaridade. Além disso, não seria demasiado esperar que um mesmo pesquisador seja capaz de trabalhar competentemente articulando conhecimentos de diferentes áreas do saber? E como fazê-lo com a profundidade desejável?

Pelas afirmações, o autor dá a entender que é importante que existam saberes especializados. Então, seria a transdisciplinaridade uma proposta exclusiva para algumas áreas do conhecimento, como, por exemplo, a Comunicação? Não existiriam conhecimentos que também poderiam contribuir mais para o saber comunicacional se fossem obtidos em uma abordagem disciplinar, especializada? Aqui surge outra contradição que pode ser observada: ao mesmo tempo em que defende a transdisciplinaridade, fala em especificidades comunicacionais:

É, contudo, um espaço propício para o trabalho transdisciplinar. Trata-se de um problema *comunicacional*, que exige conceitos e instrumentos metodológicos mais sutis que os habitualmente usados nas pesquisas de público e de mercado. Mas a teoria e as técnicas de observação *antropológica*, o treinamento dessa disciplina para obter conhecimentos diretos (p. 263) nas microinterações da vida cotidiana, podem ajudar a entender como os discursos da mídia se inserem na história cultural, nos hábitos de percepção e compreensão dos setores populares (2008, p. 263-264).

Seria a transdisciplinaridade externa a todas as ciências, um tipo de trabalho paralelo ao conhecimento que já existe? E mais: não estaria o autor falando da interdependência existente entre todas as áreas do campo da ciência? Como diz Kaplan: “Cada uma das disciplinas pode receber das outras as suas técnicas, os seus conceitos, as suas leis, os seus dados, modelos, teorias e explicações – tudo, enfim, que for útil para as investigações que realiza” (1975, p. 6). E isso não implica em que estas pesquisas percam sua autonomia, pois “A autonomia da pesquisa não é, de modo algum, incompatível com a dependência de umas ciências em relação a outras” (*idem*).

De modo geral, independente dos termos específicos empregado por cada autor, os Estudos Culturais Latino-Americanos se posicionam epistemologicamente pela defesa do trabalho além da divisão disciplinar. Tal posicionamento está estreitamente ligado à necessidade de se levar em conta o contexto em que ocorre o processo de recepção, que, em sua complexidade intrínseca, não poderia ser estudado na perspectiva de uma única disciplina. Por conseguinte, a interdisciplinaridade é vista como uma alternativa para se estabelecer a recepção como um objeto do saber comunicacional.

Entretanto, essa proposta – amplamente aceita pela maioria dos pesquisadores brasileiros – tem sido pouco problematizada no país. Uma das críticas que podem ser feitas ao pensamento interdisciplinar é que, em vez de proporcionar aprofundamento e maior compreensão, ele acabaria levando à superficialidade. Na verdade, não seria superada a divisão disciplinar. Roberto Follari questiona essa proposta, pois:

Sostenerla con una suficiente rigurosidad, exigiría proponer una estructura académica alternativa (cosa que no vemos que se practique) y demostrar que esa nueva estructura concentraría el poder de manera significativamente menos marcada que la departamental. Afirmamos que se trata de posturas que en realidad han reemplazado la crítica del poder académico por la de la departamentalización, lo cual permite ejercer veladamente otros modos de tal poder académico ahora “antidisciplinario”, tales como la ocupación simultánea (en nombre de la interdisciplina) de varios espacios disciplinares y departamentales a la vez (lo cual, obviamente, es muestra de cierta necesaria inadecuación a la especificidad de cada una de ellos), o la ubicación privilegiada en los “Area studies” tan propios de las universidades estadounidenses, en los cuales no se ve que el poder institucional se haya diluido (y no hay en realidad ninguna razón por la cual se debiera haber esperado tal dilución) (FOLLARI, 2002, p. 83-84).

Além disso, os partidários da interdisciplinaridade caem em contradição, pois reconhecem que não têm condições para aprofundar certos aspectos de suas análises, tornando-as superficiais por não dominarem o conhecimento especializado. Como questiona o autor argentino:

¿Puede creerse plausiblemente que la “síntesis” operada por un autor no sea aquella funcional a su propia y específica formación? Aquí encontramos parte de la explicación de los déficits de los EC [*Estudios Culturales*] en Latinoamérica desde el punto de vista de lo económico y lo sociológico. “Yo no soy economista”, responde G. Canclini cuando se le pregunta por el lugar que ocuparía lo económico en una perspectiva de lo que yo llamo interdisciplinar. Por cierto: sólo un buen economista podría incluir suficientemente la perspectiva económica (FOLLARI, 2002, p. 88).

Isto entraria em choque com o preceito, reivindicado como fundamental, de que nenhuma disciplina seria suficiente para dar conta de fenômenos complexos como o da recepção. Se propondo abrangentes, estes estudos não poderiam superar a superficialidade decorrente de uma falta de preparação adequada para desenvolver as análises que se propõem. Pois, como afirma Follari:

(...) la disciplinariedad no es un mal epistémico a exorcizar. La especificidad de las disciplinas no es una maldición que hubiera caído sobre el previo logro de un conocimiento unificado, sino el procedimiento analítico imprescindible para avanzar en el conocimiento científico. No habría ciencias, si éstas no se hubieran especificado diferencialmente entre sí, terminando con la previa unidad metafísica del conocimiento. De manera que habrá que cuidarse de, bajo la idea de acercar las disciplinas en algún enriquecimiento potenciador, volver a situaciones

“presdisciplinares”. Es decir, existe – si no se hace la discusión epistemológica necesaria – la posibilidad de estipular discursos ingenuos sobre la supuesta superación de las disciplinas, que en realidad no sean superación, sino simple negación de su especificidad constitutiva (*idem*, p. 85-86).

Edison Otero Bello también cuestiona a proposta da interdisciplinaridade como uma solução:

De una parte, los estudios culturales revelan estar, no más allá del escenario de las disciplinas humanísticas y sociales (cualquiera se ala definición de su estado actual), sino más acá, en un estadio intelectual presdisciplinario, con manejos metodológicos rudimentarios y una teorización elemental y simplista, todo ello enmascarado por una retórica demagógica (2006, p. 71).

O próprio Néstor García Canclini, defensor da proposta transdisciplinar dos Estudos Culturais, aponta falhas:

El otro aspecto crítico que deseo destacar es que la enorme contribución realizada por los estudios culturales para trabajar transdisciplinariamente y con procesos interculturales – dos rasgos de esta tendencia – no va acompañada por una reflexión teórica y epistemológica. Sin esto último, puede ocurrir lo que tantas veces se ha dicho de los estudios literarios, del folclor y de otros campos disciplinarios: que se estancan en la aplicación rutinaria de una metodología poco dispuesta a cuestionar teóricamente su práctica (1997, p. 45-60).

Carlos Reynoso cuestiona ainda o que estaria conferindo aos Estudos Culturais a prerrogativa para trabalhar fora das disciplinas constituídas. Razões que não são explicitadas por nenhum autor da área:

[Richard] Johnson no desarrolla (ningún outro autor lo hace) la cuestión de cuáles son los títulos que promueven a los estudios culturales como una especie de supersociología de la ciencia, ni las experiencias y los logros que los eximen de la falsa conciencia o de las determinaciones contextuales de las que las disciplinas convencionales se encuentran prisioneras, como si la mera comprensión de su carácter provisional y relativo proporcionara una clarividencia suplementaria, o fueran sustancia suficiente para formular un orden nuevo. Y como si la reciente conversión de los estudios culturales en una disciplina académica formal tampoco afectara la superioridad que creen gozar (REYNOSO, 2000, p. 48-49).

Este mesmo autor se posiciona em relação à contradição existente entre, de um lado, a defesa do trabalho além das divisões disciplinares e, até mesmo, contra essa separação – antidisciplinaridade – e, por outro lado, o reconhecimento de especificidades disciplinares:

No hay que sorprenderse si el culturismo pasa sin estaciones intermedias de la antidisciplinariedad a la interdisciplinariedad. Los culturistas creen que las disciplinas son todas más o menos perniciosas; pero también creen que (por

una razón que nunca se explica) la combinación de dos o más de ellas genera de algún modo un conocimiento óptimo. Si la interdisciplinariedad que algunos autores plantean como definitoria del movimiento fuera la solución a las estrecheces de las disciplinas consideradas individualmente, hay que decir que los estudios culturales tampoco elaboraron con algún pormenor esa posibilidad. Así como jamás se desarrolló la crítica que debería dar respaldo a su postura antidisciplinaria, la prédica en favor de la interdisciplinariedad tampoco se apoya en un razonamiento sustantivo (*idem*, p. 53).

Pelo que foi possível observar a partir do suporte dessa pesquisa, questionamos se a interdisciplinaridade seria mesmo uma solução para os problemas colocados. Pois nem mesmo sua utilidade e aplicação para a compreensão dos complexos fenômenos estudados estão bem fundamentadas. Não seria na verdade a proposta de superação às disciplinas um entrave para o avanço concreto da pesquisa em recepção? Ao se tentar a interdisciplinaridade para a investigação de fenômenos complexos não se estaria, na verdade, fugindo da possibilidade de compreensão de, pelo menos, parte de sua complexidade? A fragmentação tão questionada não seria apenas uma exigência analítica de recorte, que é fundamental para a implementação de uma pesquisa científica?

No contexto internacional, a crítica à interdisciplinaridade como um problema dos Estudos Culturais já vem sendo feita por pesquisadores como os citados acima: Roberto Follari, Carlos Reynoso e Edison Otero Bello. É necessário, portanto, proceder a novas pesquisas a fim de investigar a interdisciplinaridade como um entrave também para os estudos de recepção. Hipótese que pode se colocar como uma área de pesquisa proveitosa para o campo dos estudos de Comunicação brasileiros.

5. Considerações Finais

A pesquisa sobre recepção tem sido implementada a partir de várias áreas do conhecimento. A relação entre o indivíduo em contato com os meios de comunicação, enquanto fenômeno empírico, tem sido estudada por psicólogos, sociólogos, cientistas políticos e educadores. Dentro do campo da Comunicação, sua importância é considerada como fundamental para a melhor compreensão dos fenômenos comunicativos. Desde a pesquisa dos efeitos, proveniente da tradição da *Communication Research*; passando pelos Usos & Gratificações e pelas teorias literárias; e chegando ao paradigma dos Estudos Culturais; os estudos de recepção têm sido desenvolvidos pelos pesquisadores do campo do saber comunicacional. O estudo da recepção passou de uma análise focada nos efeitos da comunicação para a investigação da recepção como “lugar” onde se concentra todo o processo comunicativo.

No contexto brasileiro, a pesquisa se desenvolveu principalmente segundo a perspectiva dos Estudos Culturais Latino-Americanos, destacando-se Jesús Martín-Barbeiro, Néstor García Canclini e Guillermo Orozco Gómez. Ao nos debruçarmos sobre as obras destes autores selecionadas para análise, pudemos levantar as principais linhas de seu pensamento em relação à recepção, como o reconhecimento da atividade do receptor, a superação de um modelo focado exclusivamente nos meios e a importância de se considerar a cultura nos estudos da área. Além disso, é proposta a passagem dos “meios às mediações”, paradigma considerado importante por esses pesquisadores, significando o abandono da pesquisa focada exclusivamente nos meios de comunicação de massa. A interdisciplinaridade constitui, também, uma proposta muito defendida. Ao definir a recepção como um fenômeno muito complexo, defende-se que seu estudo não poderia ser implementado no âmbito de uma única disciplina acadêmica. Propõem-se, então, que o pesquisador transite por várias áreas do conhecimento para desenvolver uma pesquisa interdisciplinar, ou transdisciplinar, fugindo das especificidades inerentes a um único saber científico. Entretanto, a perspectiva interdisciplinar já sofre críticas no âmbito internacional.

Mas, se entre os pesquisadores da recepção brasileiros a proposta dos Estudos Culturais Latino-Americanos conquistou larga repercussão, o mesmo não pode ser dito sobre as críticas a essa corrente. Poucos autores têm se dedicado ao estudo crítico dos Estudos Culturais, e os autores internacionais que o fazem são pouco lidos. A análise crítica dos Estudos Culturais poderia trazer questionamentos úteis para os pesquisadores

que se vinculam a essa tradição.

E os problemas dos Estudos Culturais se refletem diretamente nas pesquisas de recepção, dada sua importância para estes no país. Na investigação brasileira sobre a recepção, predominam, assim como nos Estudos Culturais, a falta de clareza entre os conceitos empregados, a aplicação instrumental das proposições teórico-metodológicas e a defesa da interdisciplinaridade. E as contradições que aparecem dentro da proposta interdisciplinar são, na maioria dos casos, ignoradas.

Consideramos que seria útil, portanto, ao desenvolvimento dos estudos de recepção brasileiros, implementar mais pesquisas sobre as limitações epistemológicas, teóricas e metodológicas da proposta dos Estudos Culturais. Assim, as contradições inerentes a esses estudos poderiam ser explicitadas, a fim de uma compreensão mais aprofundada sobre as possibilidades de pesquisa que os Estudos Culturais trazem de fato.

Além disso, consideramos importante proceder a investigações sobre a interdisciplinaridade como um entrave, não só para os Estudos Culturais, como também para os estudos de recepção. É fundamental compreender melhor se essa proposição teórica difundida como uma solução para as pesquisas em Comunicação não estaria, na realidade, sendo um obstáculo para esses estudos. Esperamos, assim, poder contribuir com essas sugestões para o avanço da investigação brasileira do fenômeno da recepção.

6. Bibliografia

- ARAÚJO, C. A. *A Pesquisa Norte-Americana*. In: HOHLFELDT, A., MARTINO, L. C., FRANÇA, V. *Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001. p. 119-130.
- BACHELARD, G. *A noção do obstáculo epistemológico*. In: A formação do espírito científico. RJ: Contraponto, 1996.
- BARDIN, L. *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BASTOS, M. T. de A. *Do sentido da mediação: as margens do pensamento de Jesús Martín-Barbero*. Revista Famecos. Porto Alegre-RS: vol. 1, nº 35, p. 86-89, abril 2008.
- BELLO, E.. *El “estado del arte” en teoría de la comunicación: un ejercicio kuhniano*. In: Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, v. 29, n. 1, 2006.
- BERGER, C. *A Pesquisa em Comunicação na América Latina*. In: HOHLFELDT, A., MARTINO, L. C., FRANÇA, V. *Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001. p. 241-277.
- BLUMER, H. “*A Massa , o Público e a Opinião Pública* “. In Gabriel Cohn (org.) *Comunicação e Indústria Cultural*. Cia Editora Nacional . São Paulo, 1971, pp. 177-186.
- BOORSTIN, D. *L’Image*. Union Générale d’Éditions, Col. 10/78. Paris, 1971. Trad. L.C Martino, fotocópia , Brasília, 2003
- CANCLINI, N.G. *Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Tradução Maurício Santana Dias. 6 ed. Rio de Janeiro: Editoria UFRJ, 2006.
- CANCLINI, N.G. *Culturas Híbridas: Estratégias para Entrar e Sair da Modernidade*. Tradução Heloísa Pezza Cintrão, Ana Regina Lessa; tradução da introdução Gênese Andrade. – 4 ed. 3. reimpr. – São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.
- CURRAN, J. *La Décennie des Révisions : la recherche en communication de masse des années 80*. In: DAYAN, D. (org) *À LA RECHERCHE DU PUBLIC Réception, Télévision, Médias*. HERMÈS - Numéro 11-12, 1993.
- DAYAN, D. (org) *À LA RECHERCHE DU PUBLIC Réception, Télévision, Médias*. HERMÈS - Numéro 11-12, 1993.
- DEMO, P. *Neutralidade científica*. In: Metodologia científica em ciências sociais. SP: Atlas, 1995.
- ECO, U. *Cultura de Massa e ‘Níveis’ de Cultura, Apocalípticos e Integrados*. Perspectiva . São Paulo, s. d., pp. 33-54 (parcial: argumentos prós e contra; opinião do autor).
- ENTEL, A.; LENARDUZZI, V.; GERZOVICH, D. “*La Escuela de Frankfurt en América Latina*”. In ENTEL, Alicia y otros. *Escuela de Frankfurt. Razón, arte y libertad*. Eudeba. Buenos Aires, 1999.
- ESCOSTEGUY, A. C. Circuitos de cultura/circuitos de comunicação: um protocolo analítico de integração da produção e da recepção. Comunicação, mídia e consumo, São Paulo, vol . 4, n . 11, p. 115 – 135, nov. 2007.
- ESCOSTEGUY, A. C. *Datos para una radiografía de los estudios brasileños de recepción*. Comunicación y Sociedad, Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara, número 003, p. 149-163, jan/jun 2005.

- ESCOSTEGUY, A.C. *Os Estudos Culturais*. In: HOHLFELDT, A., MARTINO, L. C., FRANÇA, V. *Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001. p. 151-170.
- ESCOSTEGUY, A. C. *Quando a recepção já não alcança: por uma revisão no objeto e método*. In: Grupo de Trabalho “Recepção, Usos e Consumo Midiático”, XVII Encontro da Compós, UNIP, jun. 2008, São Paulo, SP.
- ESCOSTEGUY, A.C., JACKS, Nilda. *Comunicação e Recepção*. São Paulo: Hacker Editores, 2005.
- ESCOSTEGUY, A. C.; JACKS, N. *Práticas de Recepção Midiática: impasses e desafios da pesquisa brasileira*. XIII COMPÓS: São Bernardo do Campo/SP, 2004
- FERREIRA, G. M. *Uma leitura dos estudos dos efeitos: da era das certezas às certezas e mistérios da recepção*. In: XVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2005, Rio de Janeiro. Anais do XVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2005.
- FIGUEIREDO, A.M.C. *Uma leitura crítica: a proposta teórica integracionista latino-americana de Jesús Martín-Barbero*. In: INTERCOM 2004, Porto Alegre. Comunicação, acontecimento e memória, 2004. v. 1. p. 55-55.
- FOLLARI, R. *Teorias débiles (Para una crítica de la deconstrucción y de los estudios culturales)*. Rosario, Santa Fe, Argentina: Homo Sapiens Ediciones, 2002.
- GOMES, I. M. M. *Efeito e Recepção: A interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os media*. Rio de Janeiro: e-papers, 2004.
- GUIMARÃES, C. *TV em Tela. Um Estudo do Telejornal DFTV da Rede Globo: da Emissão à Recepção*. UnB, 2006.
- HALL, S. in *Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais*. Organização Liv Sovik; Tradução Adelaine La Guardiã Resende ... [et al]. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.
- HEILBRONER, R.L. *Introdução à História das Idéias Econômicas*. Zahar. R. de Janeiro, 1969, cap. 1, pp. 6-29.
- HOGGART, R. *Uses of Literacy (Classics in Communication and Mass Culture Series)*. Paperback. 1998.
- HOHLFELDT, A., MARTINO, L. C., FRANÇA, V. *Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001
- JACKS, N. Pesquisa de recepção e cultura regional. In: SOUSA, M. W. de. (Org). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. [tradução e transcrição Sílvia Cristina Dotta e Kiel Pimenta] – São Paulo: Brasiliense, 2002, p. 151-165.
- JACKS, N. Recepção televisiva: o que dizem as pesquisas acadêmicas na década de 1990? In: DUARTE, E. B., CASTRO, M.L.D. (Orgs). *Televisão: entre o mercado e a academia*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2006. p. 31-46.
- JACKS, N.; MENEZES, D. *Públicos, Audiências e Receptores: análise das pesquisas da década de 1990*. In: Grupo de Trabalho “Recepção, Usos e Consumo Midiáticos”, XVI Encontro da Compós, UTP, jun. 2007, Curitiba, PR.
- JENSEN, K. B. & ROSENGREN, K. E. *Cinq Traditions à la Recherche du Public*. In: DAYAN, D. (org) *À LA RECHERCHE DU PUBLIC Réception, Télévision, Médias*. HERMÈS - Numéro 11-12, 1993.

- KAPLAN, A. *A Conduta na Pesquisa*. Metodologia para as ciências do comportamento. SP: E.P.U, EDUSP, 1975.
- KOLLING, P. *A Recepção das Informações Jornalísticas Ambientais do Programa Globo Rural: Os Sentidos Produzidos por Agricultores Familiares do Município de Santa Rosa (RS)*, UFRGS, 2006.
- LITTLEJOHN, S. W. – *Fundamentos Teóricos da Comunicação Humana*. Zahar. Rio de Janeiro, 1982, p. 17-38.
- LOPES, M.I.V. *Apresentação à edição brasileira – Deslocamentos e rupturas*. In: MARTIN-BARBERO, J.; REY, G. *Os Exercícios do Ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva*. Tradução de Jacob Gorender. – 2ª ed. – São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004.
- LOPES, M.I.V. *Pesquisas de recepção e educação para os meios*. Comunicação & Educação. São Paulo, vol. 2, n. 6, p. 41 -46, mai./ago. 1996.
- LOPES, M.I.V. *Pesquisa em comunicação*. SP: Loyola, 2001.
- LOPES, M.I.V. *Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação*. Comunicação & Educação. São Paulo, vol. 9, n. 26, p. 17 -34, jan./abr. 2003.
- LOPES, M. I. V. *Telenovela: Internacionalização e Interculturalidade*. São Paulo: Edições Loyola, 2004.
- LOPES, M. I. V.; BORELLI, S. H. S.; RESENDE, V. R. *Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade*. São Paulo: Summus, 2002.
- MARTIN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. 4 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.
- MARTIN-BARBERO, J. *Ofício de Cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. Tradução: Fidelina González. São Paulo: Edições Loyola, 2004.
- MARTIN-BARBERO, J & REY, G. *Os Exercícios do Ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva*. Tradução de Jacob Gorender. – 2ª ed. – São Paulo: Editoria Senac São Paulo, 2004.
- MARTINO, L. C. – “*De Qual Comunicação Estamos Falando?*” In A. Hohlfeldt; L. Martino; V. França (orgs.) – *Teorias da Comunicação*. Vozes. Petrópolis, 2001.
- MARTINO, L. C. – “*Elementos para um Epistemologia da Comunicação*”. In Fausto Neto, S.D. Porto. J.L. Aidar Prado (eds) – *Campo da Comunicação: caracterização, problematização e perspectivas*. Editora Universitária/UFPB. João Pessoa, 2001.
- MATTELART, A. & MATTELART, M. *História das teorias da comunicação*. São Paulo: Loyola. 1999.
- MATTELART, A.; NEVEU, E. *Introdução aos Estudos Culturais*. Tradução: Marcos Marcionilo. São Paulo: Parábola Editorial, 2004.
- MORIN, E. – *Cultura de Massas no Século XX: o espírito do tempo*. Forense. São Paulo, s.d. pp.15-36.
- MORLEY, D. *La Réception des Travaux sur la Réception*. In: DAYAN, D. (org) *À LA RECHERCHE DU PUBLIC Réception, Télévision, Médias*. HERMÈS - Numéro 11-12, 1993. p. 31-46.
- NETO, A. F. *A deflagração do sentido: estratégias de produção e de captura da recepção*. In: SOUSA, M. W. de. (Org). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. [tradução

- e transcrição Sílvia Cristina Dotta e Kiel Pimenta] – São Paulo: Brasiliense, 2002. p.189-222.
- OROZCO, G. *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*. Guadalajara, México: Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario, 2007.
- OROZCO, G. *Los estudios de recepción: de un modo de investigar, a una moda, y de ahí a muchos modos* In: 2/2003, acesso em 23 out. 2008
- OROZCO, G. *Notas metodológicas para abordar las mediaciones en el proceso de recepción*. In: Publicación de la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social – FELAFACS. n.º2, 1990.
- OROZCO, G. *Televisión, Audiencias y Educación*. Colombia: Grupo Editorial Norma, 2001.
- OROZCO, G. *Tendencias generales en la investigación de los medios: un encuentro pendiente*. Comunicación y Sociedad (DECS, Universidad de Guadalajara) n.º 30, p. 101-125, mai/ago 1997.
- ORTEGA Y GASSET, J. “A *Chegada das Massas*”. In Rosenberg, Bernard e Manning White, David – *Cultura de Massa*. Cultrix. São Paulo, 1973, pp. 57-62.
- ORTIZ, R. “A *Escola de Frankfurt e a Questão da Cultura de Massa*”. In *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, n.º 1, v. 1.
- PEIRCE, C.S. *A fixação da crença*. Disponível em: www.bocc.ubi.pt
- PORTO, M. P. *A Pesquisa sobre a Recepção e os Efeitos da Mídia: propondo um enfoque integrado*. Trabalho apresentado no Núcleo de Teorias da Comunicação, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.
- REYNOSO, C. *Apogeo y decadencia de los Estudios Culturales*. Barcelona: Editorial Gedisa, 2000.
- RIBEIRO, L. M. *Comunicação e Sociedade: Cultura, Informação e Espaço Público*. Rio de Janeiro: e-papers, 2004.
- RIOUX, J. P. *A Revolução Industrial: 1780-1880*. Pioneira. São Paulo, 1975, introd. e cap. 1.
- ROCHER, G. *Sociologia Geral*. Editorial Presença. Lisboa, 1971, tomo 3, cap. 7
- SAINTOUT, F. *Los Estudios de Recepción en América Latina*. La Plata. Ediciones de Periodismo y Comunicación, n.12, Universidad Nacional de la Plata, 1998.
- SANTAELLA, L. *A pesquisa, seus métodos e seus tipos*. In: *Comunicação e Pesquisa*. SP: Hacker, 2001.
- SPEIER, H. “*O Desenvolvimento Histórico da Opinião Pública*”. In Charles Steinberg (org.) (1966) – *Meios de Comunicação de Massa*. Cultrix. São Paulo, 1970, pp. 127-148.
- SILVA, M. M. da. *As concepções de sujeito receptor*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 21., 7-12 set. 1998, Recife.
- SOUSA, M. W. de. (Org). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. [tradução e transcrição Sílvia Cristina Dotta e Kiel Pimenta] – São Paulo: Brasiliense, 2002.
- SOUSA, M. W. de. *A Recepção sendo reinterpretada*. Revista Novos Olhares. São Paulo: ano 1, n.º 1, p. 39-46, 1.º sem. 1998.

- THIOLLENT, M. *A falsa neutralidade das enquetes sociológicas*. Crítica metodológica, investigação social e enquete operária. SP: Polis, 1987.
- THOMPSON, E. P. *A Formação da Classe Operária Inglesa*. Tradução: Denise Bottmann. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.
- WILLIAMS, R. *Cultura e Sociedade*. Companhia Ed Nacional, 1969.
- WOLF, M. *Teorias da Comunicação*. Martins Fontes. São Paulo, 2003.

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](#)