

Junio - Julio
2007

[Número Actual](#)

[Números Anteriores](#)

[Editorial](#)

[Sitios de Interés](#)

[Libros](#)

[Ediciones Especiales](#)



Carr. Lago de
Gundalupe Km. 3.5,
Atizapán de Zaragoza
Estado de México.

Tels. (52)(55) 58645613
Fax. (52)(55) 58645613

Comunicação e Recepção. Uma visão latina - americana*

Número Actual

Por [Ana Escosteguy y Nilda Jacks](#)
Número 57

No han sido sólo los paradigmas,
sino los tercios hechos, los procesos sociales de América Latina,
los que nos están cambiando el 'objeto' de estudio a los investigadores de
comunicación.
Jesús Martín-Barbero

O presente texto tem como objetivo mapear as tendências dos estudos que privilegiam as relações entre audiências e meios de comunicação, apontando como e porquê tais reflexões se desenvolveram no território latino-americano. Depois de desenhar a paisagem na qual se desenvolveram essas perspectivas, identificamos aquelas que marcaram presença no contexto da América Latina. Na sequência, também, destacamos alguns desenvolvimentos de caráter nacional, ou seja, específicos a determinadas regiões deste subcontinente. No entanto, ao expor tal narrativa, não deixamos também de problematizá-la, sobretudo, à luz da tradição já constituída na área.

O contexto formativo

Em toda a América Latina, o final dos anos 1960 marcou a afirmação de uma literatura que denunciava o imperialismo norte-americano e supunha a passividade dos receptores diante dos meios de comunicação de massa. Nas ciências sociais, a teoria da dependência pretendia uma explicação sobre os efeitos sócio-políticos e econômicos da industrialização tardia dos países periféricos. Sua versão no campo da comunicação gerou a teoria da dependência *cultural* que, já na década de 70, adquire visibilidade no contexto internacional. Tal produção teórica volta-se para sua própria realidade, residindo aí um motivo para seu alastramento nesse território, bem como sua longa duração como enfoque teórico.

Em meados dos anos 80, no entanto essa produção teórica vai sofrer críticas e restrições de distintos matizes. A partir daí a pesquisa em comunicação começa a revelar nítidos sinais de mudança, decorrentes tanto da reflexão interna ao campo da comunicação como das ciências sociais em geral. Além disso, as dinâmicas culturais, como por exemplo, os embates gerados pela globalização e suas transformações na experiência social, contribuem para a renovação teórica e metodológica do campo da comunicação.

Entre essas novas tramas em formação emerge, e alcança destaque no âmbito interno¹ e no circuito internacional², um enfoque que privilegia as conexões entre comunicação e cultura e que, sobretudo, busca capturar a experiência dos sujeitos, no caso em tela, aquela referida às práticas relacionadas aos meios. A emergência dessa reflexão revela-se entrelaçada com o contexto histórico vivido na época, mas também com as teorias circulantes no campo intelectual. Sob este último prisma, articula-se a um movimento teórico crítico que expressava a passagem de um marxismo determinista para um marxismo de corte gramsciano, configurando-se em uma "reflexão alternativa às análises funcionalistas, semióticas e frankfurtianas predominantes até então" (Lopes, 1999:13).

É nessa mesma direção que Martín-Barbero (1991:4) identifica "razões teóricas, experiências culturais e fatos sociais entrecruzados, catalizando um novo sentido dos processos de comunicação nas sociedades de fim de século". Esta observação consta da apresentação da 30ª edição da Revista Diálogos de la Comunicación (FELAFACS), dedicada à recepção, aos usos dos meios e ao consumo cultural³, o que evidencia a importância que adquiriu tal movimento de renovação teórica para pensar justamente as conexões entre meios e sujeitos.

As razões teóricas, no caso latino-americano, referem-se a insuficiência dos "modelos importados", largamente adotados nas pesquisas até então, concebidos "em" e "para" outras realidades e que, sobretudo, não davam conta da vida cotidiana e de seus agentes. Estes viviam, naquele momento, as duas outras razões para a mudança de rumo apontada por Martín-Barbero - experiências culturais e fatos sociais específicos - como, por exemplo, a redemocratização da maioria dos países da região e a ação de movimentos sociais que levaram adiante as lutas contra a repressão e a discriminação. Somam-se a isto as mobilizações populares da sociedade que lutavam pela apropriação de bens e serviços e pressionavam o sistema político a atender suas demandas sociais (Escosteguy, 2001: 45).

Ainda no plano explicativo, e de certa forma em sintonia com aqueles que se dedicam à investigação dos sistemas de comunicação, Guillermo Orozco (1997: 130) diz que foi em 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", que surgem os estudos latino-

americanos de recepção. Salienta-se 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 estudos de audiência. De acordo com essa circunstância e especificidade do campo latino-americano da comunicação, adotamos essa terminologia neste texto.

As pesquisas que empreenderam o conhecimento dos nexos entre meios e audiências tiveram um papel fundamental, pois despontaram com a premissa de que "a recepção não é apenas uma *etapa* do processo de comunicação. É um *lugar* novo, de onde devemos repensar os estudos e a pesquisa de comunicação", diz Jesús Martín-Barbero (1995:39), formulador da renovação recém citada. Para ele, esta premissa foi explorada de formas variadas, fato que impulsionou o desenvolvimento e o reconhecimento da pesquisa produzida no subcontinente. Observa, ainda, que "as chaves da trama conceitual da investigação da recepção na América Latina" são quatro: os estudos da vida cotidiana, os estudos sobre consumo, os estudos sobre estética e semiótica da leitura e os estudos sobre a história social e cultural dos gêneros (Martín-Barbero, 1995: 58).

De modo bem mais abrangente e levando em consideração, especialmente, as alterações no campo da comunicação, Lopes (2002:29) avalia que foi

Sobretudo dentro da temática das culturas populares que uma teoria complexa e multifacetada da recepção começou a ser desenvolvida, tendo como eixos básicos de reflexão o deslocamento dos meios às mediações (Martín-Barbero, 1987) e os processos de hibridização cultural (García Canclini, 1990) (grifos do original).

Esta é a chave explicativa que usualmente se encontra incorporada entre aqueles que se dedicam à questão, pelo menos no cenário brasileiro.

São essas mesmas formulações teóricas que vêm sendo destacadas no âmbito internacional. Por exemplo, no âmbito norte-americano, Horace Newcomb (2000) identifica na vanguarda da pesquisa mundial em comunicação a produção latino-americana, citando tanto Martín-Barbero quanto Néstor García Canclini, pois considera que ambas as reflexões são frentes de inovação, contrariamente à idéia de que a pesquisa fora do "primeiro mundo" é atrasada. Destaca, ainda, que os pesquisadores da região desafiaram a noção difundida de que são países vítimas do sistema de comunicação global, portanto sujeitos à homogeneização e subjugação, inclusive, teórica.

No continente europeu, destaca-se a análise de Philip Schlesinger e Nancy Morris (1997) que identificam em Martín-Barbero, García Canclini, Jorge González e, também, em Renato Ortiz trabalhos inovadores. Tais formulações, dizem aqueles pesquisadores (1997: 61), "destacam o modo pelo qual a cultura popular escapa ao poder das indústrias midiáticas internacionais e dá vazão a demandas e interesses populares". Também, na Europa, o americano Robert White (1994), professor da Universidade Gregoriana de Roma, distingue o trabalho profícuo de Martín-Barbero, na sua conhecida proposição das mediações. Reconhece-o como inserido no marco de uma "hegemonia negociada", portanto, vinculado ao pensamento de Antonio Gramsci. Além disso, ressalta a importância para a análise cultural de outra categoria barberiana, a mestiçagem cultural. Ainda no contexto de um pensamento latino-americano, White (1994) cita os trabalhos de Jorge González, sob o mesmo prisma da exploração do conceito de hegemonia que, por sua vez, embasa a idéia de frentes culturais, e os de Guillermo Orozco porque explora empiricamente as interações entre diferentes grupos que configuram os cenários de recepção televisiva.

No entanto, para a pesquisa latino-americana chegar a essa posição de destaque, Guillermo Orozco (2002:15) avalia que ela passou por

Um parto longo e difícil. Longo porque foram necessários vários anos para desvincular-se da racionalidade própria dos estudos dos efeitos.... Difícil, porque os estudos de recepção tiveram que construir uma legitimidade científica à 'ferro e fogo' e sobreviver em um 'campo minado' por outras correntes de pensamento.

Além disso, emergiram em um cenário voltado prioritariamente para o estudo dos meios e, mais tarde, tiveram que resistir para não cair na tentação puramente culturalista. Esta emergência aconteceu quando uma série de condições internas e externas ao campo científico combinou-se e propiciou a frutificação de uma discussão propriamente latino-americana.

Para entender essas as novas circunstâncias sócio-políticas e culturais, era necessário enfocar aspectos pouco ou inadequadamente considerados pelas perspectivas teóricas em vigor na época. Portanto, ganharam relevância o contexto, as interações, os sujeitos e com isto os estudos de recepção. Na visão de Orozco (2002:16), entretanto, a riqueza da produção latino-americana se define quando se estabelece um diálogo entre os estudos que foram realizados antes da década de 1980, sob influência das teorias funcionalistas e semiológicas, e os que se desenvolveram a partir da apropriação do conceito de hegemonia, concebido por Gramsci⁴, compondo uma visão

cultural dos meios de comunicação. Contudo, nem todas as propostas emergiram a partir de tal conjugação.

As tendências

É nesse contexto que passamos a identificar as principais correntes e/ou modelos teórico-metodológicos que dão atenção às práticas simbólicas dos indivíduos em contato com os meios. Aqui seguimos a identificação proposta por Nilda Jacks (1996a, 1996c), na medida em que a circulação desta tipologia também teve repercussão entre os pesquisadores da área (por exemplo, Lozano, 1996; Saintout, 1998; Grimson, 1999). Porém, dado a abrangência que tais práticas simbólicas e usos dos meios podem alcançar, ressalva-se que nem todas as correntes apresentadas podem ser vistas como vertentes de estudos de recepção, mas de perspectivas que exploram e capturam a experiência dos sujeitos. Além disso, algumas delas mais do que correntes já firmadas, constituem-se em proposições conceituais e metodológicas.

Consumo cultural

Assume esta denominação a proposição de García Canclini que tem como objetivo construir uma teoria sociocultural do consumo. Para tal, o autor conceitua o consumo como "o conjunto de processos socioculturais nos quais se realiza a apropriação e os usos dos produtos" (Canclini, 1993:24), superando a noção de que o consumo é um ato individual, irracional, movido pelo desejo, no qual são exercitados apenas gostos pessoais. Apesar deste entendimento geral sobre o consumo, distingue-o do consumo cultural quando neste "o valor simbólico prevalece sobre os valores de uso ou de troca, ou onde pelo menos estes últimos se configuram subordinados à dimensão simbólica" (IDEM:34). Tal distinção, para García Canclini, é fruto da relativa autonomia alcançada pelo campo artístico e intelectual, na Modernidade.

Neste recorte, deixa para trás concepções derivadas do racionalismo frankfurtiano e do mecanicismo economicista para incorporar a complexidade da vida cotidiana, o espaço da criatividade do sujeito e a possibilidade interativa na relação com os meios de comunicação, dado a ênfase na dimensão simbólica do processo de consumo.

A localização do consumo como parte integrante do ciclo da produção e da circulação dos bens simbólicos, torna mais visível seus complexos mecanismos, os quais extrapolam a simples idéia de "compulsão consumista". Entretanto, isto não dá poder total ao consumidor, apenas organiza as razões, condições e cenários em que o consumo é produzido, revelando os sentidos que o constituem.

A proposta é interdisciplinar, pois conclama especialmente os sociólogos, comunicólogos e antropólogos para estudarem o fenômeno do consumo, vinculando vários aspectos: econômicos, sociológicos, antropológicos, psicanalíticos, em seus desdobramentos.

García Canclini (1991: 6) propõe a articulação de seis teorias, sob o argumento que nenhuma é auto-suficiente para explicar o consumo, e adverte que aí podem incluir-se processos de comunicação e recepção de bens simbólicos. São elas:

- a) as teorias de natureza economicista que prevalecem entre autores marxistas e privilegiam a *racionalidade econômica*. Elas ajudam a compreender as estratégias de mercado, através da racionalidade dos produtores, que deverá ser confrontada com a dos consumidores. É o "lugar de reprodução da força de trabalho e da expansão do capital";
- b) as correntes que se vinculam à sociologia política e urbana e enfocam a *racionalidade sócio-política interativa* do consumo, através da qual ele é visto, pelo próprio consumidor, como consequência de suas demandas e, pelo produtor, como a busca de lucro e concretização de seu empreendimento. Esta perspectiva supera a visão unidimensional da teoria anterior, pois evidencia que o consumo é o "lugar onde as classes e os grupos competem pela apropriação do produto social";
- c) as correntes que assumem a perspectiva dos estudos de Pierre Bourdieu e Jean Baudrillard, entre outros, cuja ótica é a *racionalidade estética e simbólica*, portanto, o consumo configura-se como um espaço onde se constituem distinções entre as classes, resultantes de modos diferenciados de uso e apropriação dos bens;
- d) as correntes que consideram o consumo como fator integrador das classes, unindo-as através de produtos trans-culturais como o futebol, a telenovela, o samba, entre outros, embora com apropriações diferenciadas. Trata-se do consumo visto *pela racionalidade integrativa e comunicativa*, ou seja, atuando como elemento socializador, mesmo quando mantém determinadas distinções. Nesta perspectiva, o consumo é visto como um "lugar para identificar e analisar o sistema de integração e comunicação" que é capaz de gerar, portanto, aspecto importante para uma teoria sócio-cultural do consumo;
- e) as correntes que têm uma visão irracional do consumo, pois concebem-no como fruto do desejo, que não é saciável por nenhuma instituição social. Mesmo sendo de difícil apreensão empírica, a *racionalidade do desejo* deve ser considerada, não de

forma exclusiva como o fazem os psicanalistas e Baudrillard, por exemplo, mas como um dos aspectos importantes do consumo. Essa esfera é vista como "cenário de objetivação dos desejos", que deve ser analisado em condições sócio-econômicas concretas; f) a perspectiva antropológica, que tem uma concepção ritualística do consumo e o vê como uma prática coletiva, através da qual são selecionados e fixados seus significados sociais, muito além da satisfação de necessidades e desejos. "As mercadorias servem para pensar" diz Mary Douglas (1990), pois o consumo dá significado aos objetos, sendo esta a chave teórica dada por esta vertente, portanto, é um "processo ritual" e sua *racionalidade é cultural*.

Embora bastante instigadora, a proposição ainda carece do estabelecimento de "princípios teóricos e metodológicos transversais que os combinem" (Canclini, 1993: 33), ou seja, estão por ser resolvidos os pontos de articulação entre as teorias sobre o consumo, em especial, a incorporação da visão psicanalítica. Nesse sentido, esta perspectiva não se constitui propriamente numa corrente, mas se apresenta como uma formulação para analisar de forma mais inclusiva o processo do consumo, em especial o cultural, que passa a ser visto como espaço fundamental na constituição das identidades culturais das diferentes classes sociais. Dado o referido foco, privilegia a experiência dos sujeitos como consumidores o que nem sempre é coincidente com o processo de recepção midiática ou até mesmo com a idéia de membro de uma audiência.

Mesmo assim, no plano empírico, García Canclini e uma equipe realizaram uma pesquisa sobre o consumo cultural na cidade do México, cujo relato (García Canclini e Piccini, 1993) indica a comprovação de certas regularidades como a diminuição de algumas atividades culturais próprias da vida urbana, o retraimento a formas privadas de consumo cultural e, de certa maneira, a intensificação das redes cotidianas da vida familiar. Essa investigação, entretanto, não evidencia a exploração empírica da combinação dos seis ângulos recém mencionados. Ao contrário, apenas desenha tendências comportamentais e hábitos, através de interpretações macro, de caráter sociocultural, a partir das estatísticas obtidas (Escosteguy, 1997). Até onde nos é permitido afirmar a proposição teórica recém delineada ainda não foi implementada empiricamente.

De outro lado, é importante apontar que a contribuição desse autor que mais repercute e é apropriada nos estudos que enfocam a audiência está concentrada em seu livro *Culturas híbridas – Estrategias para entrar y salir de la modernidad* (1989). Em relação à hibridez cultural, pode-se dizer sinteticamente que é um conceito que não adquire sentido isoladamente, somente articulado a um conjunto maior, onde modernidade e modernização são dois deles. Do ponto de vista da produção sugere a existência de uma fluída interconexão entre culto, popular e massivo. Do ponto de vista do consumo, pode ser lido como indicando uma combinação de lógicas que tanto vem do mercado quanto do(s) público(s).

Frentes culturais

É um modelo analítico concebido pelo mexicano Jorge González, resultante de estudos empíricos sobre a relação da cultura de massa e popular com seus públicos, desde um ponto de vista socio-antropológico, ou seja, desde a relação com a multi-dimensionalidade espacial e temporal destas distintas formas simbólicas com a sociedade.

Esta perspectiva tem como premissa básica uma adaptação do conceito gramsciano de hegemonia, para explicar como as coalizões de poder dos grupos dominantes ganham o consenso de grupos subordinados, através da incorporação, na esfera pública, de símbolos culturais destes grupos, de maneira a possibilitar sua identificação. Também se utiliza da noção de campo proposta por Bourdieu, pois entende a cultura como um sistema de forças desenvolvido na disputa pela hegemonia cultural⁵. O "campo bourdiano" é central na perspectiva de González, por isso recomenda que a indústria cultural seja analisada sempre em tensão variável com um sistema hierarquizado de forças externas, que operam estrutural e conjunturalmente, a partir da composição do campo nacional do espetáculo; em segunda instância, com o mercado mundial de comunicação e, também, com o campo do poder configurado no espaço social global do país.

Assim, a abordagem da identidade sociocultural efetivada por esta vertente, considera a cultura como arena para confrontação das mais diversas "frentes culturais", cada qual disputando o consentimento/aprovação e reconhecimento de sua identidade cultural por outras "frentes". Em termos dos meios massivos, considera-os imprescindíveis para entender a cultura contemporânea, também no que concerne ao âmbito das culturas populares, justamente porque há um ponto em que estas se "tocam" com as indústrias culturais.

Este é um aspecto relevante para o estudo da recepção, pois repercute na busca de definição ou redefinição das audiências no que diz respeito a suas identidades socioculturais diante da cultura massiva. Este movimento, que tem como objetivo manter ou conquistar o reconhecimento público ou de outros grupos, é importante para compreender a relação das audiências com os meios e o papel destes na definição das identidades

contemporâneas, embora a proposta de González seja mais ampla que o estudo das audiências.

Para ele o pressuposto que norteia o estudo da audiência diz que "todo texto ou discurso especializado que emana dos campos nunca é recebido por indivíduos isolados, porque 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, 1994: 265).

A proposta metodológica deste modelo é bastante complexa, uma vez que abrange todo o processo de comunicação e é chamada por González de "polifônica". Trabalha quantitativa e qualitativamente utilizando um variado instrumental que vai das descrições etnográficas à análise estatística multivariada, o que torna imprescindível uma base de dados e processamento computadorizado, pois demanda a análise de dados relativos à produção, mensagem e recepção, em diversos níveis.

Em termos da recepção propriamente dita propõe duas táticas complementares: uma extensiva para identificar os traços sócio-demográficos (quem, quantos, onde, quais etc), e outra intensiva para conhecer com maior densidade os processos de leitura social na vida cotidiana, por isso o núcleo de estudo é a família. Aqui, é explorada a técnica de histórias de família, às vezes seguida de histórias de vida.

Para sintetizar e interpretar a grande quantidade de informações que o modelo propõe vale-se da "integração hermenêutica profunda"⁶, o que significa por em relação as três áreas em um jogo de seis pares: produção-leitura, produção-mensagem, leitura-produção, leitura-mensagem, mensagem-produção e mensagem-leitura. González defende, portanto, o compromisso com a interpretação da cultura, reconhecendo sua especificidade semiótica, mas sem perder de vista sua condição extra-semiótica, que segundo ele, poderia ser chamada de para-semiótica.

Recepção ativa
Proposta desenvolvida pelo CENECAZ, através do Programa de Educación para la Recepción Activa⁸ de la Televisión, fruto da preocupação com a crescente influência de interesses comerciais na televisão chilena, durante os anos 1970 (Saintout, 1998:141), quando ainda era pública. A educação para a recepção proposta por esta ONG deve ser entendida, portanto, neste movimento de transformação do sistema televisivo chileno.

Os pressupostos teóricos que ajudaram a refutar os modelos de análise linear e informacional foram testados empiricamente, explorando a relação entre mensagens e telespectadores. Os principais são: a influência grupal na construção do sentido para o que é apropriado da televisão e, do ponto de vista da mensagem, sua hetero- discursividade" por concentrar muitas manifestações da cultura contemporânea.

Entre as hipóteses comprovadas sobre a influência cultural da TV estão: um multi-relacionamento com o meio, estabelecido através do tempo e da programação diversificada (recepção construtivista); relacionamento emocional mais do que racional e analítico, determinado também pelo gênero de programação; a constatação de que a recepção domiciliar requer uma estética própria (diferente do cinema) determinada por outro tipo de fruição e pela relação com o meio; a importância do contexto sociocultural (práticas sociais), o qual sobrepõe o referente e a intenção do emissor na relação da audiência com a televisão. Estas conclusões estão baseadas em pesquisas empreendidas sob os conhecimentos da epistemologia genética e os estudos de Jean Piaget sobre o desenvolvimento infantil.

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 "recipientes" e do contexto como variáveis intervenientes, 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. Segundo Valério Fuenzalida, então coordenador do projeto, se não fosse assim, seríamos levados a entender "o receptor como um produto ou resultado que poderia ser deduzido de suposições causais-deterministas do emissor" (apud Saintout, 1998: 142).

Já, do ponto de vista da metodologia, Maria Elena Hermosilla (s.d.:15), uma das pesquisadoras do Programa, considerava que essas estratégias buscam a exploração da "relação concreta constituída pela interação entre um texto televisivo (mensagem, programa) e os receptores, a qual denominamos significado existencial". Nessa mesma direção, Fuenzalida acrescenta que "a metodologia desenvolvida estimula a criatividade, a compreensão crítica da realidade, a valorização da solidariedade e da participação social" (Saintout, 1998:143).

Ao mesmo tempo que oferece uma instrumentalização para captar a relação do receptor com as mensagens televisivas, a metodologia utilizada quer intervir pedagogicamente para construir uma atitude reflexiva diante dos meios e as mensagens massivas. Nas palavras de Fuenzalida (1988: 81), a recepção ativa almeja,

Em alguns casos, formar receptores mais seletivos frente à programação televisiva; em outras ocasiões, pretende 'alfabetizar' para a familiaridade com a

linguagem televisiva ou, se fosse possível, manejar os equipamentos para desmitificar a tecnologia; em outros casos, deseja reforçar certos valores considerados positivos e reconhecer conscientemente conteúdos televisivos indesejáveis ou social e culturalmente alienantes.

As críticas a esta perspectiva repousam na artificialidade da situação de pesquisa, pois foi concebida para ser realizada através de oficinas práticas, longe da situação normal de recepção, uma vez que o objetivo principal deste tipo de pesquisa é a educação das audiências.

Uso social dos meios

É uma concepção de Martín-Barbero para entender a relação entre receptores e meios, que parte do estudo das articulações entre as práticas de comunicação e os movimentos sociais, observando as diferentes temporalidades e as pluralidades de matrizes culturais, constituindo-se, portanto, num possível desenvolvimento de sua formulação maior, a perspectiva das mediações. A proposta nasce da necessidade de entender a inserção das camadas populares latino-americanas no contexto de subdesenvolvimento e, ao mesmo tempo, de um processo acelerado de modernização, que implica no aparecimento de novas identidades e novos sujeitos sociais, forjados, em especial, pelas tecnologias de comunicação.

Na verdade, esse autor, de forma especial através de *De los medios a las mediaciones* (1987), estava propondo um debate com os intelectuais latino-americanos dos anos 1970 que trabalhavam dentro da ótica de uma concepção reprodutivista de cultura. Criticou o *mediacentrismo* a que os estudos de comunicação estavam - ou ainda estão - vinculados, propondo uma outra abordagem do processo comunicativo. A comunicação, segundo Martín-Barbero, assume o sentido de práticas sociais onde o receptor é considerado produtor de sentidos e o cotidiano, espaço primordial da pesquisa. De um modo geral, trata-se de ver a comunicação a partir da cultura e atravessar sua proposta de investigação de uma aproximação antropológica, pois o cotidiano tem valor histórico para compreender a sociedade (Escosteguy, 2004).

Os "usos", portanto, são inalienáveis da situação sociocultural dos receptores que reelaboram, ressignificam e ressemantizam os conteúdos massivos, conforme sua experiência cultural, suporte de tais apropriações. Ao considerar o receptor também como produtor, o autor revisa a noção de consumo, dizendo que

Não é só reprodução de forças, como também produção de sentidos: lugar de uma luta que não se esgota na posse dos objetos, pois passa ainda mais decisivamente pelos usos que lhes dão forma social e nos quais se inscrevem demandas e dispositivos de ação que provêm de diferentes competências culturais (Martín-Barbero, 1987: 231).

Como forma de captar as experiências culturais onde elas se concretizam, Martín-Barbero (1987) propõe o estudo de três tipos de mediações: a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural. Conceito fundamental em Martín-Barbero, mediação deve ser entendida como uma forma de fugir da razão dualista, superar a bipolaridade ou a dicotomia entre produção e consumo, ou ainda, entre as lógicas da produção e a lógica dos usos. No entanto, essa opção traz uma certa ambigüidade adquirida pela palavra devido a seus usos anteriores⁹. No plano epistemológico, a crítica de Martín-Barbero à razão dualista muda o lugar a partir do qual as perguntas sobre a comunicação vão ser elaboradas, daí sua proposição de re-ver o processo inteiro da comunicação.

Mesmo assim, as mediações, conforme Martín-Barbero, produzem e reproduzem os significados sociais, sendo o "espaço" que possibilita compreender as interações entre a produção e a recepção. As mediações estruturam, organizam e reorganizam a percepção da realidade em que está inserido o receptor, tendo poder também para valorizar implícita ou explicitamente esta realidade. Por essa razão, a atenção concentra-se nos movimentos, nas dinâmicas e daí que "a pesquisa sobre os usos nos obriga, então, a deslocar-nos do espaço dos meios ao lugar em que se produz sentido" (IDEM:213).

Esse é o lugar das práticas sociais, cuja "entrada" para Martín-Barbero (1990:12) pode se dar pela dimensão da sociabilidade, da ritualidade e da tecnicidade. A primeira diz respeito a apropriação cotidiana da existência fora da ordem da razão institucional, cuja dinâmica tem a capacidade de fissurar o sentido hegemônico através "da multiplicidade de modos e sentidos em que a coletividade se faz e se recria, da diversidade e da polissemia da interação social". A segunda, trata-se da forma que adquire a sociabilidade para garantir a repetição e a operacionalidade, na busca do sentido. A terceira, a tecnicidade, é o "organizador perceptivo" que articula as inovações à discursividade nas práticas sociais, cuja dinâmica têm materialidade histórica. Isto é, a técnica é dimensão constitutiva da comunicação, a qual transforma as práticas sociais originando novas formas de sociabilidade.

Dado que a proposta do autor, publicada em 1987, foi apresentada como premissa a ser pesquisada, ele próprio foi reformulando sua reflexão. Na sequência, em 1990, identifica as mediações recém citadas e, em 1998 e 1999, novas modificações são apresentadas.

Em 1998, no que chama de "pistas para entrever meios e mediações", propõe observar as mediações que se estabelecem entre comunicação, cultura e política. Dessa forma, identifica, entre as matrizes culturais e as competências de recepção, a existência de diversas formas de sociabilidade, constituídas no cotidiano e que remetem à mudanças na sensibilidade e na subjetividade dos atores; entre as matrizes culturais e as lógicas de produção, a institucionalidade, lugar de enfrentamento de interesses do Estado com os dos cidadãos; entre as lógicas de produção e os formatos industriais, a tecnicidade; e entre os formatos e as competências de recepção, a ritualidade. Já em 1999, concentra seu olhar na análise da TV, identificando a tecnicidade, isto é, a técnica como constitutiva das práticas sociais, e a visualidade como um novo regime que introduz alterações no estatuto epistemológico do saber.

Metodologicamente, o estudo das mediações implica 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.

Modelo das multimediações

O enfoque integral da audiência ou modelo das multimediações¹⁰, desenvolvido por Guillermo Orozco, tem como propósito seguir os pressupostos gerais apresentados acima, além de integrar o conceito de "regra" da teoria da estruturação de Antony Giddens¹¹.

A pergunta que orienta este esforço teórico-metodológico é: "como se realiza a interação entre televisão e audiência", cuja resposta começou a ser buscada na vertente criada pelos estudos culturais britânicos e também por autores latino-americanos como Fuenzalida e Hermosilla, já comentados.

Investigar nesta linha implica assumir que a audiência é composta por sujeitos e considerá-la em "situação", portanto, condicionada individual e coletivamente. Implica vê-la em constituição por processos variados, e em constante diferenciação. Considerar, portanto, a recepção um processo, resultante da interação receptor/ televisão/ mediações, onde as últimas entram no jogo contínuo do ato de ver TV, mas que ao mesmo tempo o extrapola.

A TV, nesse sentido, também é uma mediação, como instituição social produtora de significados que ganham ou não legitimidade frente à sua audiência. Além de ser um meio tecnológico de reprodução da realidade, também a produz, provocando reações racionais e emocionais nos receptores.

O receptor, por sua vez, também realiza mediações, de caráter psicológico, determinadas pelas de caráter socioculturais, em um processo constante e dialético. Orozco as chama de mediações individuais, as quais se subdividem em cognitiva e estrutural.

A mediação cognitiva é um conjunto de fatores que influem na percepção, processamento e apropriação de elementos/ acontecimentos que estão diretamente relacionados com a aquisição de conhecimento (informações, valores, crenças, emoções etc.).

A estrutural é constituída pela idade, sexo, religião, escolaridade, estrato sócio-econômico, etnia etc. São elementos identitários que servem de referência ao receptor, conformando sua maneira de pensar e agir, ou seja, são fatores que também entram no processo de construção do conhecimento e de produção de sentido.

Atua no momento da recepção, ainda, a mediação situacional, cujo estudo pode demonstrar a forma e o sentido deste ato. Ela pode identificar como a emissão televisiva encontra o receptor: sozinho ou acompanhado, com atenção exclusiva ou disperso, trocando considerações com outros telespectadores ou não, no espaço social ou íntimo da casa, etc.

Por ser muito mais que um telespectador, as instituições a que pertencem o receptor - escola, empresa, igreja, partidos, família etc - são fundamentais para entender o processo de recepção. As mediações institucionais são constituintes da relação do sujeito com o discurso televisivo, pois com elas o sujeito interatua, intercambia, produz e reproduz sentidos e significados.

A mediação videotecnológica, parte intrínseca do processo de recepção televisiva, se refere à características específicas da televisão, que como já foi dito também é uma mediação institucional. A televisão como meio eletrônico produz uma série de mecanismos que configuram seu discurso: alto grau de representabilidade e de verossimilhança (que permite naturalizar seu discurso "ante os olhos da audiência"), a programação, os gêneros, a publicidade, etc.

Por último, Orozco considera fundamental, seguindo Martín-Barbero, o que denomina a mediação cultural, por ser onde as demais mediações tomam seu lugar e onde se configuram, pois aí todas as informações se originam, o consumo se efetiva, o sentido é produzido e a identidade se constrói. Aí também se elabora o processo cognitivo, cujo mecanismo não funciona independente do contexto cultural, que em boa medida o

condiciona. De forma similar, as mediações estruturais, situacionais e institucionais estão diretamente relacionadas com a cultura e as subculturas a que pertence o sujeito-receptor.

Embora tenha relevância conceitual, a mediação cultural não está desenvolvida metodologicamente no modelo. Entretanto, categorias analíticas como "comunidade de apropriação", "comunidades de referência ou de "reapropriação" e "comunidades de interpretação e/ou interpretativa"¹², permitem a exploração empírica e analítica desta mediação.

Contudo, é importante reforçar que, segundo Orozco, o modelo das multimediações parte da noção de mediação delineada por Martín-Barbero, aterrizando-a no plano empírico, isto é, oferecendo estratégias de operacionalização de distintas mediações. No entanto, de forma paulatina, observa-se que estas vêm sendo entendidas como influências no processo de recepção. Neste caso, segundo a crítica, não conservam o sentido original, por isso, sua proposta descreve uma série de fontes de influências para compreender a relação da audiência com os meios massivos, o que não é objetivo do outro autor.

Outras visões da área mapeada

Este mapeamento certamente não contempla todas as correntes e propostas desenvolvidas na América Latina, ou por terem tido um desenvolvimento autônomo e/ou à margem das principais correntes aqui apresentadas ou porque ainda estão por ser mapeadas e analisadas. Mesmo assim, encontramos outra versão sobre o desenvolvimento desta área de estudos no subcontinente latino-americano. O chileno Guillermo Sunkel (1999: xi-xxix) os classifica genericamente de estudos do consumo cultural e, a partir de uma análise teórico-metodológica, identifica dois momentos do desenvolvimento do campo: o primeiro, registra o deslocamento do estudo das mensagens como estrutura ideológica, que dominou o campo durante a década de 1970, para o estudo da recepção crítica, que aconteceu no início da década de 80; o segundo, ultrapassa a recepção crítica, que segundo ele foi desenvolvida no Chile¹³, e avança em direção ao estudo do consumo cultural, enquadrado na perspectiva dos estudos culturais latino-americanos¹⁴. Segundo o autor, o que diferencia a análise do consumo da recepção crítica é a lógica não intervencionista e o distanciamento do tema da ideologia (Sunkel, 1999: xvii), praticados pela primeira perspectiva, observando três marcos naquela construção teórica: pesquisa sobre o público da arte, estudo comparativo sobre consumo cultural em grandes cidades latino-americanas, e estudos qualitativos do consumo de gêneros narrativos e meios de comunicação.

Quase dez anos depois dos primeiros esforços para identificar tais vertentes, observa-se que a investigação latino-americana agora sim forma uma trajetória que pode ser avaliada. Dentro desse espírito, podemos dizer que as correntes do consumo cultural e das frentes culturais não se consolidaram como referenciais teórico-metodológicos para análise especificamente da recepção, pois como já foi sinalizado antes, configuram-se muito mais como contribuições compreensivas da cultura contemporânea, onde se destaca a experiência dos sujeitos, do que como propostas de análise do processo de recepção midiática.

Também destacam-se que a recepção ativa e o enfoque integral da audiência que, embora tenham como alvo públicos diferentes, procuram uma articulação entre educação para os meios e os estudos de audiência, formulada de tal forma que seja capaz de conhecer mas, também e principalmente propor uma intervenção junto aos próprios receptores. É importante ressaltar que o enfoque integral da audiência se consolidou como modelo metodológico de implementação da teoria das mediações, pelo menos no campo da comunicação. Entretanto, é recente a crítica de que há um certo descompasso entre uma e outra perspectiva teórica.

Finalizando esta seção, queremos apenas reiterar que 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. Segundo Orozco (1997: 175), a perspectiva das mediações

Constitui-se como uma contribuição latino-americana para a geração de conhecimentos sobre comunicação, ao mesmo tempo que é talvez o principal ponto de confluência contemporânea de vários autores da região que trabalharam empiricamente a relação dos meios com os sujeitos sociais, com suas audiências.

Em sintonia com essa avaliação, Maria Immacolata Lopes (2002: 27- 36) ressalta os esforços de experimentação metodológica, desenvolvidos por equipes de pesquisadores da região, para realizar pesquisas empíricas compatíveis com a complexidade daquela perspectiva teórica. Para ela, esta preocupação diferencia a pesquisa latino-americana da tendência internacional, a qual teria "autonomizado em excesso a esfera cultural e *desestruturalizado* a análise", enquanto outros autores estendem essa mesma crítica ao conjunto dos estudos latino-americanos (Calleti, 1992; Herrera, 1994).

Desenvolvimentos regionais

Mesmo sendo possível a identificação de variadas correntes, como as delineadas anteriormente, cada região do território

latino-americano seguiu com maior ou menor grau de institucionalização os rumos delineados até aqui, ou mesmo pesquisadores, individualmente, construíram trajetórias próprias. Por exemplo, no Uruguai, o desenvolvimento da pesquisa não está dimensionado como na Argentina ou no Brasil, o que não significa a inexistência de estudos sobre a problemática em foco. Entre as pesquisas que lá foram realizadas, está a de Rosário Sánchez Vilela, intitulada *Sueños cotidianos. Telenovela y oralidad* (2000). Trata-se de um estudo de recepção da telenovela brasileira em território uruguaio, centrado na construção de sentido em torno das personagens femininas, portanto, o foco concentra-se na interpretação de mulheres que “consomem” esse gênero televisivo. O mesmo pode-se dizer do Peru onde a pesquisadora Maria Teresa Quiróz tem se destacado pelos estudos sobre a relação dos jovens com os meios de comunicação, ora tematizando a violência (Quiróz, 1994) ora o sentido pedagógico da relação com os meios (1993) e, em outras ocasiões, a introdução das novas tecnologias (1996). Seu contexto de estudo é a relação entre comunicação e educação, tendo como panorama as mudanças sociais que acarretam um novo debate sobre as instituições formadoras dos jovens e crianças.

De toda forma, o que se observa é a quase ausência de trabalhos que compilem o que já foi feito sobre o tema em cada região, pois ainda são poucos os investigadores que se dedicam a mapear o estado da arte da pesquisa. Isto é evidente quando se trata da problemática da recepção, no entanto, observa-se na Argentina um esforço desse gênero. É o caso do estudo de Florencia Saintout (1998) que ao mapeamento das principais correntes apresentadas na primeira parte deste capítulo, acrescenta os trabalhos das conterrâneas Beatriz Sarlo e Maria Cristina Mata, sem contudo alinhá-las explicitamente a uma daquelas perspectivas. Sobre Beatriz Sarlo, diz que é “daquelas investigadoras, ensaístas, pensadoras da cultura e da sociedade, da política contemporânea que mais tem contribuído ao estudo da comunicação a partir da recepção” (Saintout, 1998: 87), citando como seu principal estudo “El imperio de los sentimientos” (1985). Esta pesquisa analisa as relações que, na década de 1915 a 1925, as leitoras argentinas desenvolveram com os romances populares, através da identificação de suas presenças implícitas no texto narrativo, procurando verificar a que necessidades eles respondiam. Sobre Maria Cristina Mata, Saintout (1998: p. 99-110) identifica-a como alguém que desenvolve seus estudos “entendendo que a recepção não é um objeto em si mesmo, mas se trata de um espaço teórico a partir do qual entende-se a comunicação”, ou seja, no sentido que Martín-Barbero propõe tal questão. Seu principal trabalho foi a pesquisa sobre o modo como o rádio interpela a audiência, ou seja, “a natureza das suas propostas identificatórias e comunicativas formuladas aos setores populares urbanos e o sentido que elas adquirem na construção desses sujeitos como atores sociais”. (Saintout, 1998: 99).

Também com o propósito de realizar um balanço sobre a problemática da recepção no mesmo território, estão os trabalhos realizados por Alejandro Grimson e Mirta Varela, os quais publicaram juntos o livro “Audiências, Cultura y Poder. Estudios sobre televisión” (1999) e, separadamente, ainda que tratando do mesmo tema, “Relatos de la diferencia y la igualdad. Los bolivianos en Buenos Aires” (Grimson, 1999) e “Cultura de masas, técnica y nación. La televisión argentina- 1951- 1969 (Varela, 2004).

No livro escrito à duas mãos, eles empreenderam uma análise sobre a investigação argentina, com o fim de resgatar a gênese da pesquisa de recepção, onde destacam várias justificativas políticas e acadêmicas para o que consideram uma defasagem dessa região em relação ao restante da América Latina. Os motivos para o descompasso são a ditadura, a precária situação da universidade após a ditadura e as peculiaridades do campo acadêmico.

O enfoque desse balanço é a produção empírica, uma vez que, segundo eles, a preocupação teórica é mais antiga, desenvolvida ainda no final dos anos 70. Naquele período, três revistas¹⁵ lideravam o debate, pautado pelo estruturalismo e a teoria crítica:

As audiências, a recepção, a instância de reconhecimento, a resistência dos setores populares, as lutas pelo sentido, todos foram modos diferenciados de conceituar as práticas dos sujeitos em relação aos meios a partir de distintas linhas de pesquisa que vão da sócio-semiótica até a comunicação e cultura (Grimson e Varela, 1999:49).

Martín-Barbero e García Canclini são os autores que mais influenciaram contemporaneamente o debate argentino, especialmente através dos livros *De los Medios a las Mediaciones* (1987) e *Culturas Híbridas* (1989)¹⁶. No entanto, o debate inicial teve forte influência das formulações de Eliseo Verón que, nos anos 70, incluiu a “instância do reconhecimento” na sua conceituação da semiose social. Isto, para os autores, foi “uma das articulações teóricas mais sistemáticas e originais no campo, tanto na Argentina como na América Latina” (Grimson e Varela, 1999:85). Em termos empíricos, Verón mostrou que os textos televisivos não são produtos autônomos das expectativas e reações das audiências, ou seja, há um “sistema de relações entre uma certa economia discursiva e suas condições de produção e de consumo” (idem: 86).

Resguardadas as peculiaridades locais¹⁷, segundo Grimson e Varela (1999: 96), a Argentina acompanhou a tendência geral desenvolvida na América Latina, a qual inicialmente interessa-se pelas culturas populares, como modo de pensar os sujeitos e suas relações com o poder e com os meios, mas tal perspectiva perde o ímpeto frente a outros modos de propor as relações entre culturas e subculturas¹⁸. Assim, a motivação inicial das pesquisas sobre as audiências buscava politizar a cultura e demonstrar a relevância dos processos simbólicos para constituição da própria política (Idem: 43). Faz parte, ainda, dessa tendência, a consolidação dos estudos de recepção como um campo autônomo, evidenciada por suas diversas formas de institucionalização (publicações, grupos de trabalho, seminários etc), bem como uma análise delimitada às relações com a televisão. Portanto, não estão enquadrados em tal problemática os estudos sobre literatura popular, os de perspectiva histórica relativos aos problemas da leitura e os de audiências radiofônicas, que inseriam-se em uma tradição de estudos alternativos na América Latina.

À guisa de conclusão

O que distingue a pesquisa como uma prática reflexiva da prática da política é que ela permite aos praticantes o exame de várias hipóteses, que podem ser refutadas sem causar numa tragédia pessoal ou profissional.
Klaus Jensen

Sobre a sistematização apresentada, reconhecemos que hoje não se poderia incluir no âmbito específico dos estudos de recepção os desenvolvimentos sobre o consumo cultural, especialmente os propostos por García Canclini, e os estudos realizados por Jorge González. Explica-se que foram incluídos nessa rubrica na medida em que, de alguma forma, resgatavam uma determinada experiência dos sujeitos e/ou suas relações com os meios, questões emergentes na época de divulgação do referido artigo tomado como eixo para organizar o mapeamento das tendências latino-americanas dos estudos sobre as práticas de recepção midiática. No entanto, vale anotar que a classificação escolhida para apresentar as tendências latino-americanas deve-se à sua adoção ampla para identificar o campo, o qual, como seu correlato, merece reconsiderações com o passar do tempo. Aquela proposta de classificação foi produzida em meados da década de 90 quando se esboçavam as alternativas para tratar das relações entre meios e audiências e quando ainda não havia o entendimento pleno das variações de amplitude entre distintos tipos de enfoque.

Recuperando os princípios de classificação de Jensen e Ronsengren (1990), podemos pensar que as propostas de García Canclini e González estão mais em sintonia com uma tradição sociológica, onde, sobretudo, devido ao uso de técnicas de padronização de dados, realizam-se levantamentos, estabelecendo relações entre variáveis, flagrando, desse modo, uma determinada realidade sobre o consumo cultural mais do que o exame de práticas de recepção propriamente midiática.

Observa-se que no campo acadêmico da comunicação a proposta de García Canclini para estudar o fenômeno da recepção não frutificou. Da reflexão desse autor, o destaque deve ficar na sua formulação sobre a hibridiz das culturas, pelo menos no que diz respeito aos estudos de meios, embora sua proposta teórica para estudar o consumo cultural pudesse ter rendido elementos para entender a recepção dos meios.

É preciso noticiar também que os principais autores que nortearam os estudos na América Latina motivaram críticas que contribuíram para o desenvolvimento do campo, sempre necessárias para que os consensos teóricos não se cristalizassem. Por exemplo, os críticos de Orozco afirmam que sua proposta é tributária, ainda, da tradição positivista, pois seu modelo das multimediações não passa de estudo das influências (SAINTOUT, 1998). Além disso, ele não privilegia a estrutura social e de poder (LOPES, 1995) e está aquém da compreensão sobre a produção de sentido (HERRÁN, 1994). Outros vão mais longe e dizem que sua proposta não só é inadequada para operacionalizar os conceitos propostos por Martín- Barbero, maneira como foi apresentada ao campo, como desvirtua sua teoria. O próprio Martín-Barbero já se posicionou dizendo que

A acusação que faria a Guillermo Orozco, e a muita gente, é que por mais que tenha desmembrado o conceito de mediação (tecnológica, familiar, etc), contudo, acaba analisando unicamente a relação com o meio.... Está bem, aqui está a família, lá está a escola, mas ao final o que se está estudando como determinante é a relação com o meio (Apud SAINTOUT, 1998: 161).

A respeito de Martín-Barbero, a primeira crítica a seu trabalho seminal originou-se em García Canclini (1987) que advertia sobre "a tentação pelo popular" e que não aplicava "um estilo crítico à cultura urbana" (Apud GRIMSON e VARELA, 1999: 75). Na verdade, essa observação adiantou o que viria a acontecer no desenvolvimento, ou melhor, na utilização dessa proposta na pesquisa empírica desenvolvida no continente. Por essa razão, nos parece mais importante do que a observação em si mesma, o fato da incorporação do pensamento barberiano na investigação sobre as práticas de recepção midiática, ou seja, o seu entendimento como uma teoria da recepção, o que consideramos um equívoco. Do nosso ponto de vista, a reflexão barberiana propõe um arcabouço para pensar a comunicação como um todo e não só a recepção, associando-se a uma tradição teórica crítico-cultural (GUREVITCH e KAVOORI, 1994).

Nesse mesmo sentido, ou seja, de observar no desenvolvimento das distintas abordagens sua inserção no campo das teorias da comunicação, verificamos que tanto as proposições de Orozco quando as do CENECA não se encaixam perfeitamente nem na tradição sócio-científica nem na crítico-cultural, pois se caracterizam mais propriamente como propostas político-pedagógicas, assumindo um caráter de intervenção social.

Para encerrar, remetemo-nos à análise de Martín-Barbero (1999: 19), principal articulador de mudanças importantes ocorridas no campo, que identifica três condições para que os estudos de recepção dêem conta da complexidade desse fenômeno. São elas:

A inserção do processo de recepção em uma história cultural que dá pano de fundo e contexto às práticas de leitura e consumo; a importância dos gêneros como articuladores de práticas de recepção com o espaço e as lógicas da produção, bem como de estratégias de antecipação das expectativas e pacto simbólico entre a indústria e os públicos; e o resgate dos atores sociais 'concretos' que participam em e se refazem com o processo de recepção, entendido como processo de produção e intercâmbio cotidiano de sentido.

Portanto, estudar os processos de recepção é muito mais do que reconstituir empiricamente essas práticas mediante a recuperação das falas dos sujeitos-receptores o que, em grande medida, a pesquisa latino-americana precisa superar, embora não esteja sozinha neste impasse.

Notas:

- ² Este texto é uma versão do segundo capítulo do livro *Comunicação e Recepção*, das autoras, editado por Hacker Editores, São Paulo, 2005.
- ³ Embora de maneira desequilibrada entre os países da América Latina e entre as regiões de cada país. No caso brasileiro, destaca-se como foco de divulgação do que, naquele momento, foi denominado de "estudos de comunicação e cultura", sobretudo o ambiente acadêmico da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo e do então Instituto Metodista de Ensino Superior, em São Bernardo do Campo. Isso ocorre em especial no final dos anos 80.
- ⁴ Muitos pesquisadores estrangeiros interessam-se pela proposta latino-americana em formação (SCHLESINGER e MORRIS, 1997; FOX, 1996; TUFTTE, 1996; JONES, 1996). Alguns periódicos científicos publicados fora da América Latina também dedicaram atenção a esta produção nos últimos tempos – entre eles, Telos, Borderlines, Media, Culture and Society. Além disso, encontros científicos tanto na América Latina quanto fora debateram a questão.
- ⁵ Martín-Barbero redimensiona e atualiza suas proposições em um texto posterior (1999b: 2-25).
- ⁶ José Aricó, em "Geografia de Gramsci na América Latina" (COUTINHO e NOGUEIRA, 1988) comenta a impossibilidade de falar de maneira singular da influência deste autor no continente, pois a diversidade de realidades levou a uma pluralidade de apropriações de sua teoria.
- ⁷ González (apud VÉLEZ, 1992:149) considera que faz também "uma reflexão filosófica hermenêutico-fenomenológica que alguns chamam de etnometodologias, como as fenomenologias sociológicas e a sociologia cognitiva, que é precisamente a sociologia do sentido comum".
- ⁸ Para detalhamento ver "Navegar, naufragar, rescatar entre dos continentes perdidos. Ensayo metodológico sobre las culturas hoy. GONZÁLEZ, Jorge e CÁCERES, Jesús Galindo. (Coord.):1994.
- ⁹ O Centro foi criado em 1977 e o Programa em 1982, o qual tem três linhas de trabalho: atividade educativa, identificação da demanda cultural para a televisão e pesquisa de recepção.
- ¹⁰ A opção pelo termo "ativa" e não "crítica" na denominação desta linha de atuação é para enfatizar o esforço da atividade semantizadora e a expressividade cultural dos receptores (SAINTOUT, 1998: 143).
- ¹¹ Ver WILLIAMS, R. Keywords: A vocabulary of culture and society. Londres: Fontana Press, 1988; SIGNATES, Luiz. Estudo sobre o conceito de mediação. *Novos Olhares*, n 2, 1998, p. 37-49.
- ¹² Para uma noção sobre o desenvolvimento do modelo, proposto pelo próprio autor, durante sua aplicação empírica ver DORNELES, Luciana (2003).
- ¹³ Nesta perspectiva, o conceito foi trabalhado primeiramente pelo pesquisador norte-americano James Lull que o utiliza como instrumento analítico para explorar as interações entre os contextos macro e micro nos processos de recepção. Para evitar uma racionalização dualista entre macro e micro, Orozco considera estes níveis como "fontes de mediação". (OROZCO, 1994:71)
- ¹⁴ Para maior detalhamento consultar OROZCO, 1991.
- ¹⁵ É preciso salientar que no Brasil foi desenvolvido o Projeto de Leitura Crítica da Comunicação (LCC) pela União Cristã Brasileira de Comunicação Social (UCBC), com apoio do Serviço à Pastoral da Comunicação das Edições Paulinas, durante a década de 1980, sob forte influência de Paulo Freire.
- ¹⁶ Observa-se que o desenvolvimento dos estudos culturais deve ser visto resguardando as diferenças regionais, portanto, as investigações sobre consumo cultural, por exemplo, no contexto britânico, constituíram-se fora dessa tradição.
- ¹⁷ "Lenguajes", "Comunicación y Cultura" e "Crisis".
- ¹⁸ Para Grimson e Varela (1999: 76) "Culturas Híbridas" e "De los medios a las mediaciones" foram os trabalhos mais importantes de sistematização e síntese das mudanças ocorridas nos anos 80, os quais guiariam as pesquisas dos anos seguintes.
- ¹⁹ Os autores ressaltam que a produção argentina está entrecruzada com teorias vinculadas à literatura, filosofia, sociologia e antropologia. Em outros termos significa dizer que, sem reivindicar nenhum localismo, a experiência argentina correu paralela aos estudos culturais britânicos, que foram ignorados em seu país, resultado de uma especificidade histórico-cultural (1999:44).
- ²⁰ Para os autores, as proposições de Canclini seriam a base deste novo enfoque.

Referencias:

- CALETTI, Sergio. La recepción ya no alcanza. In CORTÉS, Carlos Luna (coord.) e SOLIS, Beatriz y Núñez, Luis (editores) *Generación de conocimientos y formación de comunicadores*, FELAFACS, 1992.
- COUTINHO, Carlos Nelson; NOGUEIRA, Marco Aurélio (org). *Gramsci e a América Latina*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1988.
- DAYAN, Daniel (comp.). *En busca del público*. Barcelona, Gedisa, 1997.
- DORNELES, Luciana B. *Adolescentes privados de liberdade e a Televisão: Estudo do Meio como Mediação*, Dissertação de Mestrado, PPGCOM/ UFRGS, 2003.
- DOUGLAS, Mary e ISHERWOOD, Baron. *El mundo de los bienes*. México, Grijalbo, 1990.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. Notas para um estado da arte sobre os estudos brasileiros de recepção nos anos 90. In MACHADO, J.; LEMOS, A.; SÁ, S. (orgs.) *Mídia*. Br, Porto Alegre, Sulina, 2004.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. "Latin American media reception studies: notes on the meaning of gender and research methodologies". *Revista da FAMECOS*. Porto Alegre, nº 24, pp.46-54, 2004a.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina D.; MARIANA, Pires. "Dados para uma radiografia dos estudos brasileiros de recepção". *Revista Icone*, Recife, v. 1, n. 6, p. 123-138, 2003.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. *Cartografias dos estudos culturais: uma versão latino-americana*. Belo Horizonte, Autêntica, 2001.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. "Néstor García Canclini: notas sobre um autor latino-americano". *Comunicação & Sociedade*, São Bernardo do Campo, v. 27, p. 103-121,

1997.
 ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. *A pesquisa do popular na América Latina: uma análise metodológica*. Dissertação de mestrado, ECA, USP, 1993.
 FOX, Elizabeth Media and culture in Latin America. In: CORNER, J., SCHLESINGER, P. e SILVERSTONE, R. (orgs.), *International Media Research – A Critical Survey*, London: Routledge, 184-205, 1997.
 FUENZALIDA, Valerio. *Televisión abierta y audiencia en América Latina*. Buenos Aires, Norma, 2002.
 _____. "El programa CENECA em Recepção Activa de la TV". *Revista Dia-logos de la Comunicación*, n. 19, Lima, FELAFACS, 1988.
 _____. "La influencia cultural de la televisión". *Dia-logos de la comunicación*, n.17, Lima, FELAFACS, 1987.
 GARCÍA CANCLINI, Néstor. *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México, Grijalbo, 1995.
 _____. (coord.). *El consumo cultural en México*. México, CNCA, 1993.
 _____. "Los estudios sobre comunicación y consumo: el trabajo interdisciplinarios en tiempos neoconservadores". *Dia-logos de la comunicación*, Lima. Nº 32, FELAFACS, 1992.
 _____. "Los estudios culturales de los 80 a los 90: perspectivas antropológicas y sociológicas en América Latina". *Iztapalapa Rev. de Ciencias sociales y humanidades* Nº 11, México, 1991.
 _____. *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México, CNCA/ Grijalbo, 1989.
 _____. *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. (De por qué el científico social es un cazador oculto). Diá-logos de la Comunicación, FELAFACS, 1987.
 GONZÁLEZ, Jorge A. *Más (+) Culturas (s). Ensayos sobre realidades plurales*. México, CNCA, 1994.
 _____. e GALINDO, Jesús (coord.). *Metodología y Cultura*. México, CNCA, 1994a.
 _____. "La telenovela en familia: una mirada en busca de horizonte". *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*. v.II, n.11, México, Universidad de Colima, 1991.
 GRIMSON, Alejandro e VARELA, Mirta. *Audiências, cultura y poder: estudos sobre televisão*. Buenos Aires, EUDEBA, 1999.
 GUREVITCH, Michael; KAVOORI, Anandam P. "The purebred and the playboys: disciplinary and site in mass communication research". In: GUREVITCH, Michael; LEVY, Mark. *Defining Media Studies: reflections on the future of the field*. New York, Oxford University, p. 415-423, 1994.
 HERRÁN, Claudia. "Un salto no dado: de las mediaciones al sentido". In: OROZCO, Guillermo (Coord.) *Televidencia: perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*. Cuadernos de Comunicación y prácticas sociales, n.6, México, UIA, 1994.
 JACKS, Nilda et al. *Estudos brasileiros de recepção: a produção acadêmica da década de 90*. Porto Alegre, PPGCOM/ UFRGS, 2002.
 _____. "A pesquisa de recepção no Brasil: em busca da influência latino-americana". In: LOPES, Maria Immacolata Vassalo de (org.). *Vinte anos de ciências da comunicação no Brasil. Avaliação e perspectivas*. São Paulo, INTERCOM, Univ. Santa Cecília, 1999.
 _____. et al. "El receptor de los nuevos medios: levantamiento bibliográfico". *Revista Comunicación y Sociedad*. Guadalajara, n.29, enero-abril, 1997.
 _____. "Tendências Latino-Americanas nos Estudos de Recepção". *Revista FAMECOS*, v.5, p.44-49, Porto Alegre, 1996.
 _____. "Televisión, recepción e identidad: cuestiones e imbricaciones". In: OROZCO, Guillermo (org.) *Miradas latinoamericanas a la televisión*. México, Universidad Iberoamericana/ PROIICOM, p.173-196, 1996a.
 _____. "Audiencia Nativa: cultura regional en tiempos de globalización". *Revista Estudios sobre las culturas contemporáneas*. Época II, v.1, n.3, 1996b.
 _____. *Tempo e espaço e recepção. In: O indivíduo e as mídias*. Rio de Janeiro, Diadorim/ COMPOS, 1996c.
 _____. "Pesquisa de recepção e cultura regional". In: *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo, Brasiliense, 1995.
 _____. e RONSINI, Veneza. "Mediação na recepção: estudo comparativo entre receptor urbano e rural". In: *A enunciação dos sentidos. Mídia, cultura e política*. Rio de Janeiro, COMPOS/Diadorim, 1995a.
 _____. "Televisión y identidad en los estudios de recepción. Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva". *Cuadernos de comunicación y practicas sociales*. n.6. PROIICOM, UIA, México, 1994.
 _____. "La identidad cultural como mediación simbólica". *Comunicación y sociedad* n.18/19, CEIC/ Universidad de Guadalajara, may/dec. 1993.
 _____. "Pesquisa de recepção: investigadores, paradigmas, contribuições latino-americanas (entrevista com Guillermo Orozco)". *Revista Brasileira de Comunicação*. v.XVI, n.1, jan/jun, 1993a.
 JENSEN, Klaus Bruhn; ROSENGREN, Erik. "Five traditions in search of the audience". *European Journal of Communication*. v.5, p.207-23, 1990.
 JONES, Daniel. "La comunicación en América Latina". *Telos*, n. 47, Madrid, 1996.
 LOPES, Maria Immacolata V. de; BORELLI, Silvia Helena S.; RESENDE, Vera da Rocha. *Vivendo com a telenovela. Mediações, recepção, telefuncionalidade*. São Paulo, Summus Editorial, 2002.
 LOPES, Maria Immacolata V. de (org.) *Vinte anos de ciências da comunicação no Brasil. Avaliação e perspectivas*. UNISANTA, 1999.
 LOPES, Maria Immacolata. "O estado da pesquisa de comunicação no Brasil". In LOPES, Maria Immacolata V. de (org.) *Temas Contemporâneos em Comunicação*. São Paulo, Edicom/ Intercom, 1997.
 LOZANO, José Carlos. *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México, Alhambra Mexicana, 1996.
 MATA, María Cristina. "Radio: memorías de la recepción. Aproximaciones a la identidad de los sectores populares". *Revista Dia-logos de la comunicación*, FELAFACS, n.30, jun., 1991.
 MARTÍN-BARBERO, Jesús. "Recepción de medios y consumo cultural". In SUNKEL, Guillermo (coord.) *El consumo cultural en América Latina*. Santafé de Bogotá, Convenio Andrés Bello, 1999.
 _____. "Lo que la investigación latinoamericana de comunicación debe al Brasil: relato personal de una experiencia intercultural". In LOPES, Maria Immacolata (org.) *Vinte anos de ciência da comunicação no Brasil. Avaliação e perspectivas*. Santos, UNISANTA/ INTERCOM, 1999a.
 _____. "Recepción de medios y consumo cultural: travesías". In SUNKEL, Guillermo (coord.) *El consumo cultural en América Latina*. Santafé de Bogotá, Convenio Andrés Bello, 1999b.
 _____. "América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social". In: SOUSA, Mauro Wilton (org.). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo, Brasiliense, 1995. (1o edição)
 _____. *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México, Gustavo Gili, 1987. (Trad. bras.: MARTÍN-BARBERO, Jesús. *De los meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro, UFRJ, 1997.)
 _____. "Recepción: uso de medios y consumo cultural". *Rev. Dia-logos de la comunicación*, n.30, jun, FELAFACS, 1991.
 _____. "De los medios a las practicas". In *Cuadernos de comunicación y practicas sociales*, n.1, PROIICOM, UIA, México, 1990.
 NEWCOMB, Horace. "Searching for landmarks at the forefront of media research". *Nordicom Review*, n. 2, 2000, p. 15-21.
 OROZCO, Guillermo. (coord.). *Recepción y mediaciones. Casos de investigación en América Latina*. Buenos Aires, Norma, 2002.
 _____. *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*. Guadalajara, Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario, 1997.
 _____. *La investigación de la comunicación dentro y fuera de América Latina. Tendencias, perspectivas y desafíos del estudios de los medios*. Ediciones de periodismo y comunicación, n.4, Universidad Nacional de La Plata, 1997a.
 _____. *Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo*. Madrid, Ediciones de la Torre /UIA, 1996a.
 _____. (coord.) *Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva* Cuadernos de comunicación y practicas sociales, n.6, PROIICOM, UIA, México, 1994.
 _____. *Televisión y producción de significados (tres ensayos)*. DECS/ Universidad de Guadalajara, 1994a.
 _____. *Hablan los televidentes. Estudios de recepción en vários países*. Cuadernos del PROIICOM 4, México, UIA, 1992.
 _____. *Recepción televisiva. Tres aproximaciones y una razón para su estudio*. Cuadernos de comunicación y practicas sociales, n.2, PROIICOM, UIA, México, 1991.
 QUIRÓZ, María Teresa; TEALDO, Ana R. *Videojuegos o los compañeros virtuales*. Lima, Fondo de Desarrollo Editorial, 1996.
 _____. "Peru: violencia y medios de comunicación". Trabalho apresentado na *Conferencia Internacional sobre Violencia y medios electrónicos*. San Juan de Puerto Rico, 1994.
 _____. *Todas las voces. Comunicación y Educación en el Perú*. Lima, Universidad de Lima, 1993.
 SAINTOUT, Florencia. *Los Estudios de Recepción en América Latina*. La Plata.

Ediciones de Periodismo y Comunicación, n.12, Universidad Nacional de la Plata, 1998.

SCHLESINGER, Philip e MORRIS, Nancy. "Comunicación e identidad en América Latina: las fronteras culturales". *Revista Telos*, n.49, Madrid, p.54-76, 1997.

SUNKEL, Guillermo (coord.). *El consumo cultural en América Latina: construcción teórica y líneas de investigación*. Santafé de Bogotá, Convenio Andrés Bello, 1999.

TUFTE, Thomas. *Living with the Rubbish Queen- Telenovelas, culture and modernity in Brazil*. London, University of Luton Press/ John Libbey Media, 2000.

_____. "Estudos de mídia na América Latina". *Revista Comunicação e Sociedade*, n.25, São Bernardo do Campo, p.21-47, 1996.

VARELA, Mirta. *Cultura de masas, técnica y nación. La televisión argentina: 1951-1969*. Buenos Aires, Editorial Edhasa, 2004.

Vários autores. *Educación para la comunicación*. Santiago do Chile, CENECA/UNESCO, 1992.

VÉLEZ, Martha Elena Montoya. *¿Un nuevo modelo de comunicación en América Latina? Conversaciones con nueve estudiosos de los medios y la cultura*. México, Fundación Manuel Buendía, 1992.

VILELA, Rosario Sánchez. *Sueños Cotidianos. Telenovela y oralidad*. Montevideo, Taurus/ Universidad Católica, 2000.

WHITE, Robert. "Audience "interpretation" of media: emerging perspectives". In: *Communication Research Trends*, v.14, n.3, Saint Louis University, 1994.

Dra. Ana Carolina Escosteguy

Professora da Faculdade de Comunicação da PUCRS, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil.

Dra. Nilda Jacks

Professora da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil.