

ESTUDOS DE RECEPÇÃO E IDENTIDADE CULTURAL: ABORDAGENS BRASILEIRAS NA DÉCADA DE 90¹



Nilda Jacks

■ É professora do PPGCOM/UFRGS, pesquisadora do CNPq e autora dos livros “Mídia Nativa. Indústria Cultural e cultura regional” e “Querência. Cultura regional como mediação simbólica. Um estudo de recepção”, ambos pela Editora da UFRGS. É co-autora de “Hermanos, pero no mucho. El periodismo narra la paradoja de la fraternidad y rivalidad entre Brasil e Argentina. Buenos Aires. La Crujía Ediciones, 2004 e Comunicação e Recepção. São Paulo. Hacker Editores, 2005. Fez pós-doutorado, em 2006, com Jesus Martin-Barbero/ Universidad Nacional de Colombia.

■ E-mail: jacks@ufrgs.br



Daiane Boelhouwer Menezes

■ Mestranda em Ciências Sociais na PUCRS e bolsista do CNPq, graduada em Comunicação / Jornalismo na UFRGS e ex-bolsista de Iniciação Científica / CNPq do Núcleo de Pesquisa Cultura e Recepção Midiática da UFRGS (<http://www.ufrgs.br/midiatica/>).

■ E-mail: daianebm@ig.com.br

RESUMO

Este texto remete-se a uma pesquisa que analisou o estado da arte dos estudos de recepção realizados nos Programas de Pós-Graduação em Comunicação do Brasil, durante a década de 1990. O objetivo, aqui, é apresentar uma análise dos trabalhos que tomam a identidade cultural como mediação nos processos de recepção. Verificou-se que todos utilizam a perspectiva teórica latino-americana, têm as mediações como foco de análise e concluem que as identidades culturais não foram profundamente abaladas pelos meios de comunicação, porque estes fazem parte da cultura e da construção das identidades.

PALAVRAS-CHAVE: RECEPÇÃO; IDENTIDADE CULTURAL; PESQUISA

ABSTRACT

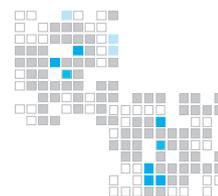
This paper deals with research analyzing the state of the art of the reception studies carried out in the Post-Graduate Courses in Communication in Brazil during the 1990s. The purpose of this work is to provide an analysis of the research projects conducted on the cultural identity as mediation in the reception processes. It was established that all of the projects adopt the Latin American theoretical perspective, where mediations constitute the focus of the analysis, whose conclusion point to the fact that the cultural identities have not been significantly affected by the media, as these are part of the culture and the construction of the identities.

KEYWORDS: RECEPTION STUDIES; CULTURAL IDENTITY; RESEARCH.

RESUMEN

Este texto se refiere a una investigación sobre el estado del arte de los estudios de recepción desarrollados en los postgrados en comunicación brasileiros, durante la década de 1990. El objetivo, aquí, es presentar un análisis de los trabajos que capturan la identidad cultural como mediación en los procesos de recepción. Fue verificado que todos utilizan la perspectiva teórica latinoamericana, tienen las mediaciones como foco del análisis y concluye que las identidades culturales no habían sido cambiadas profundamente por los medios de comunicación, por que estos son parte de la cultura y de la construcción de las identidades.

PALABRAS CLAVES: RECEPCIÓN; IDENTIDAD CULTURAL; INVESTIGACIÓN.



Na década de 90 foram realizadas 1769 pesquisas¹, entre teses e dissertações, nos 11 Programas de Pós-Graduação em Comunicação, então existentes no Brasil². Deste total, apenas 45 possuem como objeto de estudo a relação das pessoas com os meios de comunicação, os chamados estudos de recepção. Dentre eles, cinco trabalharam a identidade cultural como foco para entender a relação entre receptores e meios, todas classificadas como de abordagem sociocultural, a qual abarca uma visão ampla e complexa do processo de recepção, levando em consideração múltiplas relações³. Mais do que o estudo do fenômeno em si, os trabalhos que utilizam esta abordagem pretendem problematizar e pesquisar, do ponto de vista teórico ou empírico, sua inserção social e cultural (Escosteguy, 2004). Os trabalhos aqui analisados são do período entre 1993 a 1997, sendo uma tese (Jacks, 1993)⁴, a primeira defendida, e os demais dissertações, quatro delas versando sobre televisão⁵ (Jacks, 1993; Ronsini, 1993; Brittos, 1996; Vilar, 1995) e uma sobre rádio⁶ (Silva Neto, 1997). Estes cinco trabalhos adotam a teoria das mediações, embora um não o explicita, mas todos têm Jesús Martín-Barbero como autor fundamental, três deles referindo-se basicamente a “De los medios a las mediaciones” (1987). Guillermo Orozco Gómez aparece como autor principal em dois trabalhos, baseados em sua publicação “Recepción televisiva: tres aproximaciones y una razón para su estudio” (1991), em seguida aparece Néstor García Cancli-

ni. As tendências disciplinares de quatro trabalhos que exploram a interdisciplinaridade ou a multidisciplinaridade são a Antropologia, a Sociologia e a História, em geral no âmbito dos estudos culturais. Apesar destas adoções, nenhum declara suas premissas epistemológicas, embora dois refiram-se à crise dos paradigmas que definiram a comunicação de modo determinista, e à busca de novos paradigmas, que concebiam a comunicação como um processo dialógico. Isto implica dizer que a comunicação não é unívoca e direta, mas um processo de mão dupla, resultante da negociação dos sentidos, uma vez que diversas mediações intervem no processo.

Sobre o receptor, todos têm como premissa a reinterpretação e reelaboração das mensagens, segundo sua vivência cotidiana e seus valores, sua identidade cultural e características como idade, sexo, escolaridade, religião, etnia, grupo social, etc. Quatro trabalhos enfatizam, ainda, a recepção como âmbito de produção de sentido, superando a supremacia dos meios e deslocando para o receptor a capacidade de dar significação para os conteúdos midiáticos. Outra noção recorrente é que o processo de recepção não se restringe ao momento de assistir à televisão, começando bem antes e terminando bem depois deste ato.

No que diz respeito ao emissor, nem todos os trabalhos o tomam em conta para explicitar as premissas que regem seu papel no processo de comunicação, configurando-se como uma tendência

1 Não foram considerados 1990 e 91, pois a divulgação dos resumos começou a partir de 92. Ver Capparelli e Stumpf (1998, 2001).

2 No final da década os Programas somavam 20 e em 2006 somavam 27.

3 Utiliza-se como base a classificação proposta por Escosteguy (2004), que analisou o mesmo *corpus* com outros propósitos e identificou abordagens “sócio-culturais”, “comportamentais” e “outras”. A abordagem comportamental é caracterizada como o estudo dos diferentes impactos derivados dos meios, isto é, o produto midiático é considerado um estímulo que provoca diversas reações nos públicos. Aí se encontram aqueles estudos de formação de opinião, efeitos cognitivos, usos e gratificações, e outras investigações de caráter psicológico. Na categoria outras estão reunidas pesquisas de orientações diversas - o receptor idealizado sob o ponto de vista do emissor, do discurso, da teoria literária, da semiótica, etc.

4 Publicada em 1999 pela Editora da Universidade/ UFRGS com o título: Querência. Cultura regional como mediação simbólica. Um estudo de recepção.

5 Nesta década os estudos sobre televisão totalizaram 135, sendo que de recepção foram 20.

6 Os estudos sobre rádio totalizaram 58, sendo nove dedicados à recepção.

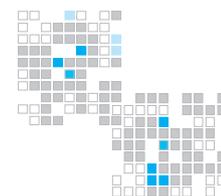
Sobre o receptor, todos têm como premissa a reinterpretação e reelaboração das mensagens, segundo sua vivência cotidiana e seus valores, sua identidade cultural e características como idade, sexo, escolaridade, religião, etnia, grupo social, etc.

desta década, a qual centrou fortemente a análise no pólo da recepção, possivelmente como uma estratégia para romper com os determinismos teóricos que precederam os estudos de recepção. Os que o fazem partem de situações empíricas relacionadas a seus objetos.

Quanto aos meios, de modo geral, são apontados como responsáveis por alterações nas formas de usufruir o dia-a-dia, pela instauração de novas sociabilidades, temporalidades e configurações sociais, assim como promotores de novas práticas, linguagens e estéticas. A televisão, especificamente, é vista como uma instituição social e um agente mediador entre a sociedade e o receptor, como reprodutora da realidade, que compete com outras instituições sociais e/ou com o próprio real, fazendo emergir, desta forma, as contradições que envolvem o papel e as funções deste meio na sociedade contemporânea. Em outras palavras, alguns trabalhos destacam que a televisão é uma das mediadoras, em si mesma, da apropriação dos significados pelos receptores, podendo mascarar e negar conflitos, numa tentativa de unificação de seu discurso.

Quanto às mensagens, dois trabalhos afirmam genericamente seu caráter polissêmico e outro, referindo-se especificamente à imagem televisiva, parte da premissa de que mais que os outros códigos, sua interpretação é fonte de incertezas, pois sua atuação nos mundos do imaginário e dos símbolos é de difícil apreensão. Sobre os gêneros da programação, outro elemento importante na análise do processo de recepção, apenas um trabalho expõe suas premissas, embora três deles trabalhem com gêneros muito específicos, o que demandaria

considerações a respeito. Nesse único trabalho, é afirmado que a telenovela sempre carrega a marca do eixo produtor, mesmo quando o enfoque privilegia outros universos culturais, e que ela se constitui em expressão nacional pela identificação com a cultura brasileira. Os dois outros apenas destacam os aspectos econômicos que envolvem a concepção da telenovela como um produto cultural industrializado, os quais determinariam todo o processo de produção, não tomando em conta, portanto, tudo que diz respeito à gramática do gênero e suas implicações na relação com os receptores. Finalmente, sobre os meios de comunicação e a construção de identidades, apenas três pesquisas apresentam suas premissas a respeito: uma afirma que a televisão brasileira é um importante agente integrador da cultura nacional e, em alguns casos, da cultura regional, como no caso gaúcho. Outro trabalho parte da premissa de que os meios atuam decisivamente na constituição das identidades porque – nas palavras do autor – transmitem cultura, o que não implica na total destruição das culturas populares e locais. Um terceiro, tratando do rádio, afirma que este não opera somente alterando as ordens contratuais tradicionais ou desenraizando culturas e identidades, mas promove também a manutenção dos antigos contratos, ainda que com marcas de hibridização cultural. De forma ampla e genérica, estes foram os pressupostos que nortearam as pesquisas realizadas na década de 90, ao tomarem a identidade cultural como mediação básica na relação entre meios e audiências, o que mostra que nem todos os âmbitos, elementos e processos foram considerados na formulação da pesquisa.



Sobre objetos, problemas e técnicas.

Os objetos de estudo e suas formulações nas duas pesquisas que trabalharam com telenovela foram: o estudo da relação entre identidade regional gaúcha – entre famílias de três estratos sociais vivendo em uma cidade média – com o processo de recepção de uma telenovela de cunho regional, e a relação das práticas produtivas e culturais de mulheres de uma comunidade rural pertencente ao mesmo município com a recepção da mesma telenovela (Pedra sobre Pedra)⁷. O primeiro quis investigar como aquela identidade articula

Nesta década, os trabalhos que analisaram a relação entre identidade cultural e os meios tiveram sua origem em duas regiões equidistantes do eixo rio – São Paulo.

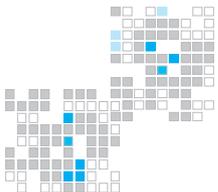
as apropriações e interpretações de certos valores veiculados pelas telenovelas, e o segundo como a cultura camponesa, altamente vinculada as suas práticas produtivas e sua forma de ganhar a vida, faz a mediação na recepção da telenovela. Um terceiro trabalho também abordou a mediação da identidade cultural gaúcha explorando, neste caso, a recepção de televisão a cabo por famílias de um município de porte médio de outra zona, aparentemente menos afeita ao gauchismo. O objetivo era verificar como os traços desta formação identitária, somada à identidade local, interferem no relacionamento do receptor com este meio de caráter global. Outra pesquisa explorou a mediação da identidade cultural no processo receptivo de um grupo de pessoas de uma cidade do interior do nordeste, a partir do lugar que a TV ocupa em seu cotidiano. O problema enfrentado foi saber como a TV constrói a trama identitária da audiência no jogo que estabelece com outros elementos culturais. O trabalho que estuda a recepção de um

programa de rádio analisou de que modo ouvintes de uma cidade nordestina realizam seus percursos, estratégias e manobras com vistas à construção e/ou negociação de sentido para o que é ouvido em uma determinada emissora, a partir da identidade local. Ou seja, nesta década, os trabalhos que analisaram a relação entre identidade cultural e os meios tiveram sua origem em duas regiões equidistantes do eixo Rio – São Paulo, reconhecido pólo cultural do país. Possivelmente traduziram preocupações de zonas periféricas quanto às transformações de suas identidades frente às ações dos meios massivos.

No que diz respeito às hipóteses, dois trabalhos (Brittos, 1996; Jacks, 1993) propõem que as mediações do contexto cultural são responsáveis por uma recepção diferenciada, tanto do ponto de vista da proposta do emissor, quanto dos diferentes âmbitos a que pertencem os receptores, e outro (Ronsini, 1993) que as práticas produtivas e culturais do meio rural são fundamentais no processo de recepção, ainda que os meios tendam a homogeneizar as diferenças culturais, estimulando a rejeição ou afirmação daquele modo de vida. Estes três trabalhos vislumbram que a mediação da identidade cultural é importante porque garante, no caso da recepção de telenovela, uma negociação de sentidos em relação aos referentes da cultura nacional e no caso da TV a cabo, a respeito da cultura globalizada. No trabalho sobre rádio, o autor acredita que é a partir da dimensão imaginária por ele aguçada, que afirma sua participação no processo de intervenção sobre as formas de sociabilidade.

Quanto aos procedimentos e técnicas de pesquisa, todos os cinco trabalhos utilizaram a entrevista como uma das técnicas de levantamento de dados, sendo que quatro complementaram as entrevistas com observações etnográficas. Além disso, para uma primeira aproximação, um deles utilizou questionários e outro, formulários. Ou seja, o conjunto de trabalhos demonstrou um esforço

⁷ Para um estudo comparativo ver Jacks e Ronsini (1995).



na combinação de técnicas e procedimentos para complementação dos dados. Entretanto, nenhum utilizou estratégias e técnicas para analisar as falas dos entrevistados, usadas na maior parte das vezes como ilustração.

Quanto à análise do gênero midiático, só as pesquisas sobre a recepção da telenovela e do programa radiofônico a empreenderam. Os tipos de análises realizadas sobre a telenovela foram: “análise cultural”, que se propõe a verificar os valores culturais roteirizados pela telenovela e análise de conteúdo axiológico, trabalhando com a revelação de valores ligados aos temas mulher urbana e rural, cidade e campo, buscando entender a proposta da mensagem a partir de categorias que são relevantes para o receptor. O trabalho sobre rádio procurou sua configuração estética e os elementos que concorrem para a formação dos “contratos de leitura”, permitindo o estabelecimento de uma base de reconhecimento e identificação por parte da audiência.

Com relação às amostras, a tese sobre recepção de telenovela no contexto gaúcho estudou 12 famílias de diferentes estratos sociais, sendo que a primeira fase é constituída de 46 pessoas e a segunda por uma pessoa de cada família, representando diferentes papéis familiares. A dissertação que estudou a recepção da mesma telenovela trabalhou com oito mulheres camponesas de diferentes idades. A amostra do trabalho sobre TV a cabo foi composta por seis famílias gaúchas escolhidas a partir do perfil dos assinantes, realizado pela operadora do canal, sendo que na primeira etapa foram entrevistadas 11 pessoas da comunidade para levantar os traços da cultura local. A pesquisa sobre televisão aberta trabalhou cerca de 200 pessoas (algumas participaram dos serviços de alto-falante e da chegada do rádio, outras acompanharam a chegada da TV, além de repentistas que trabalhavam na emissora de rádio e alunos de 1º e 2º graus de escolas públicas e privadas). A amostra do trabalho sobre rádio, por sua vez, foi

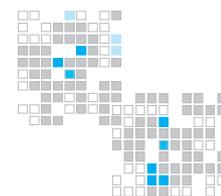
composta por várias pessoas da comunidade estudada, de diferentes níveis sócio-econômicos e de instrução, e por trabalhadores da rádio que transmite o programa analisado. Pode-se observar, em alguns casos, a falta de critérios definidos para a composição da amostra e em outros a ausência de apresentação de sua composição.

Sobre os resultados alcançados

A tese sobre a relação entre identidade gaúcha e a recepção de telenovela traz como uma das conclusões a idéia de que estudar os processos de recepção é nada mais do que estudar identidades⁸, e que a importância da identidade cultural no conjunto das mediações que intervêm no processo de recepção depende de como ela estrutura-se e estrutura o cotidiano da audiência. Afirma, ainda, que a identidade regional gaúcha configura-se uma situação específica, porque é fortemente institucionalizada e com certo grau de homogeneidade entre os diferentes componentes da amostra (estratificada em classes, idades e gêneros). A autora constata que os modos e hábitos de ver televisão, sua importância e as interpretações dadas aos conteúdos variam de acordo com características socioeconômicas, etárias e sexuais, mas que algumas semelhanças ultrapassam estas condições, como a preferência pela RBS TV (afiliada da Rede Globo), que relativiza o discurso da emissora carioca e fortalece a identidade regional. Aponta ainda que a “roda de chimarrão”⁹ durante a recepção da telenovela é uma “mediação situacional simbólica”, na qual está presente parte da memória coletiva gaúcha, conectando, desta forma, televisão e identidade, ao modo como propõe Martin-Barbero ao

8 Lauro Zavala (1992) diz que “si partimos del supuesto de que todo estudio de carácter general acerca de la comunicación social es, de manera necesaria, un estudio sobre las diferencias sociales, ello nos lleva a pensar en los estudios sobre la comunicación como el espacio discursivo donde se reflexiona sobre las distintas formas del diálogo cultural.”

9 Bebida de origem indígena tomada coletiva e ritualmente no sul da América Latina.



afirmar que a memória articula as práticas culturais cotidianas.

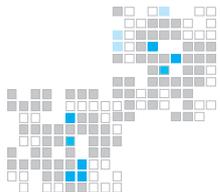
A dissertação que trata da relação entre práticas produtivas e culturais de mulheres camponesas com a recepção de telenovela, tem como conclusões que os “filtros” mais importantes na seleção dos conteúdos da teledramaturgia são: o espaço doméstico-produtivo, porque a família controla questões como consumo, comportamento dos filhos, etc., e é também o grupo de trabalho; a religiosidade, porque os princípios cristãos fazem parte de sua educação; os laços comunitários, porque certos padrões de comportamento são mantidos, dentre outras razões, por causa da vigilância exercida pela comunidade; e a idade, porque as mais velhas vêem na televisão a possibilidade de evasão de um cotidiano pouco prazeroso, enquanto que as jovens, um modelo de comportamento que pode ser adaptado às situações vividas por elas. O trabalho extenuante, a dependência econômica em relação à família e o lazer da comunidade, organizado para os homens, fazem com que a televisão exerça impacto na vida das mulheres. A TV e a telenovela reforçam a imagem do urbano que as receptoras possuem, em função do seu contato com a cidade; no caso das representações televisivas do rural, estas às vezes se diferenciam das representações das mulheres.

A pesquisa sobre a mediação da identidade cultural local-regional na recepção de TV a cabo verificou que, nesse caso, a recepção não se dá em família, mas de forma fragmentada, segmentada e individual. A identidade cultural local é um referente relevante na escolha da programação, independente de sexo e idade, no entanto, alguns de seus aspectos não se efetivam como práticas cotidianas, embora estejam presentes no imaginário desta sociedade, assim como a cultura regional gaúcha, que também é mais presente como representação do que como prática. As identidades locais e regionais impedem a homogeneização cultural, apesar de revelarem-se híbridas em

função de seus processos de renovação. Mesmo veiculando padrões mundializados, a televisão a cabo também é utilizada para fins de reterritorialização, através da procura por informações locais. Conclui, ainda, que a TV a cabo é vista como um mecanismo que veicula informações diferenciadas e propicia liberdade de opções, e que essa nova tecnologia não implica uma nova forma de produção televisiva.

A dissertação sobre o lugar da televisão no cotidiano de uma comunidade de nordestinos traz como conclusões que a cidade estudada possui uma cultura local densa e pujante, que atravessa todos os estratos sociais e todas as idades, para a qual o rádio em muito contribui. A ação da televisão seria, inclusive, circunstancial ao peso do rádio, que teve papel relevante no reforço e sustentação da identidade local, através do incessante trabalho com a música, a linguagem, oralidade e tradições regionais, e da dinamização de cruzamentos culturais. Conclui, também, que a falta de lazer noturno nas cidades pequenas e médias do nordeste faz com que a TV domine o horário nobre, chegando a normatizar a vida das pessoas (como o horário do jantar ou de encontros), mas, durante o dia, o rádio, inserido na dinâmica cultural do lugar, “filtra o regional”. Assim, a formação da opinião pública desta comunidade se dá em função das emissoras locais, justamente porque refletem a problemática da comunidade. A televisão, apesar de hegemônica, não possui um papel desestruturador da cultura regional e local por causa da exuberância manifesta na ambiência regional e da mediação do rádio. Sua incorporação ao dia-a-dia da comunidade produz um fenômeno de natureza híbrida, uma fusão dos elementos televisivos e regionais que resulta em “mestiçagens culturais”.

E, por fim, no trabalho sobre a recepção do rádio, o autor conclui que ela é definida em três momentos: na estruturação dos programas, em que as músicas são escolhidas através do “diálogo” entre emissores e receptores; na recepção em si,



da qual os indivíduos participam da escuta à sua maneira, em grupo ou individualmente; e depois da audição, nas atividades e discussões que se seguem à transmissão, onde o sentido do programa será interpretado, vivido e modificado. Segundo o autor, a tecnologia radiofônica serve tanto à mudança quanto à manutenção e reestruturação de alguns contratos sociais, pois percebeu que a cidade analisada está inserida na realidade global e exhibe marcas de transformação identitária, com ingredientes que procedem tanto da região quanto de universos estrangeiros (o que não significa perda de identidade), observáveis nas vestimentas, arquitetura, comida, músicas e até em feiras que deixam transparecer uma hibridização através da mistura dos produtos artesanais com produtos tecnológicos. Entretanto, a radiodifusão ainda convive com os alto-falantes, que desfrutam de muita legitimidade na cidade, constituindo, inclusive, uma espécie de norte das formas de negociação e consumo do programa radiofônico analisado, o qual tem contribuído para a manutenção / restauração dos laços de vizinhança e da convivência familiar.

Considerações Finais

De uma maneira geral, os trabalhos concluem que as identidades culturais não foram profundamente abaladas em função dos meios de comunicação, porque estes, à sua maneira, fazem parte da cultura e da construção ou reforço das identidades contemporâneas, provocando, no máximo, um processo de hibridização da cultura local ou regional com a “cultura global” ou de outras nacionalidades. A identidade cultural é, também, um importante fator mediador na relação das pessoas com os meios de comunicação, garantindo processos de negociação com os conteúdos massivos provenientes de outras realidades e contextos culturais. Ou seja, as identidades culturais e os meios de comunicação estabelecem um jogo

complexo e dialético na constituição das subjetividades contemporâneas.

O fato de quase todas as conclusões reafirmarem alguns dos pressupostos adotados – como criticam alguns analistas – pouco compromete os resultados deste conjunto de pesquisas, uma vez que cada uma delas revelou empiricamente de que maneira cada particular identidade cultural medeia a relação dos públicos estudados com os

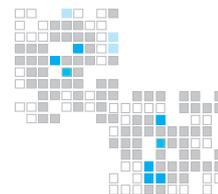
Os trabalhos concluem que as identidades culturais não foram profundamente abaladas em função dos meios de comunicação.

meios. Considerando o estágio do conhecimento sobre estas relações, na época de sua produção, este limite deve ser relevado, pois apresenta, descreve e analisa um fenômeno quase desconhecido de então.

Isto, entretanto, não os livra de críticas, pois apresentam outras limitações ao não obedecerem integralmente aos critérios de cientificidade que fundam a pesquisa contemporânea, garantindo a legitimidade de seus protocolos¹⁰, como a verificação, duplicação, transparência e falseabilidade (Appadurai, 2006, p.9-12), tidos por muitos analistas, inclusive, como elementos éticos da pesquisa. Segundo Appadurai (*Idem*, p.11) “todos estos criterios fueron elaborados con la intención de eliminar la técnica del virtuoso, la intuición aleatoria, la epifanía del generalista y otras fuentes privadas de fiabilidad”.

Apesar de nenhuma das pesquisas analisadas apresentarem-se infalíveis sob o ponto de vista de

10 Os mais frágeis apresentam falta de premissas sobre elementos importantes relacionados ao objeto de estudo, a derivação para aspectos secundários dos objetos em questão, conclusões baseadas em indícios fracos, além das já comentadas faltas de critérios para formar as amostras, de clareza sobre sua composição, de explicação das técnicas de pesquisa utilizadas, de tratamento adequado aos dados coletados nas entrevistas e dos conteúdos dos programas analisados.



A identidade cultural é, também, um importante fator mediador na relação das pessoas com os meios de comunicação, garantindo processos de negociação com os conteúdos massivos provenientes de outras realidades e contextos culturais.

todos os critérios de cientificidade apresentados acima, encontram-se, neste conjunto, trabalhos que primam por procedimentos sistemáticos que lhes garantam o reconhecimento como trabalhos acadêmicos, especialmente porque buscam conhecer fenômenos novos e produzir novos conhecimentos. Diz Appadurai (*Idem*, p.9), entretanto, que não se trata de qualquer conhecimento, mas daqueles que cumprem com certos critérios, como surgir de algum entendimento claro sobre conhecimentos já existentes e relevantes.

Neste sentido, parte dos trabalhos não dialoga com os resultados já obtidos pelos pares, portanto não promove o debate necessário para a consolidação do conhecimento e desenvolvimento do campo como um todo. Alguns deles sequer fazem o levantamento dos trabalhos existentes na própria área de comunicação, deixando de cumprir preceitos básicos do protocolo de pesquisa: revisão da literatura, citações estratégicas e definição apropriada de conhecimentos anteriores, normalmente disciplinares (Appadurai, 2006, p.10). O que redime os trabalhos é que, do ponto de vista da novidade, ainda seguindo Appadurai, agregam algo interessante ao campo, tributário de uma tradição que negava o envolvimento dos meios na manutenção e fortalecimento das identidades.

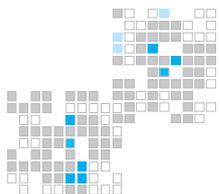
As fragilidades encontradas, por outro lado, são constitutivas do campo que está em construção no diálogo com as demais ciências sociais e humanas, e elas refletem o estágio do conhecimento nesta área, o que implica na formação ainda deficitária de seus pesquisadores (González, 2001-2002). Isto demanda um esforço de seus agentes na superação das dificuldades e na conscientização de que o

próximo passo na agenda de pesquisa é o fortalecimento dos procedimentos metodológicos, mais do que simplesmente propor o enfrentamento de problemas empíricos, os quais dependem deste acerto de contas, o qual passa também pela teoria.

Tomando em consideração estas peculiaridades do campo, pode-se dizer que ainda assim houve avanços proporcionados por alguns trabalhos. Em termos teórico-metodológicos, por exemplo, foi aliado o modelo das multimedicações, proposto por Guillermo Orozco, ao modelo teórico desenvolvido por Jesús Martín-Barbero, conhecido como teoria das mediações, com o objetivo de tornar operacionais alguns conceitos propostos pelo último. De maneira geral, os trabalhos subsequentes seguiram de perto esta estratégia, uma vez que os modelos adotados mostravam-se compatíveis para analisar as identidades e suas relações com os meios.

Neste contexto, e verificando as especificidades de cada trabalho, a dissertação que tratou dos aspectos rurais¹¹ da identidade gaúcha avançou no sentido de estudar a relação entre cultura de massa e cultura popular camponesa, relação pouco estudada até então, propondo o entendimento do mundo do trabalho conjugado ao doméstico, como uma mediação indispensável para entender as práticas culturais de famílias de agricultores. A dissertação que estudou a recepção de televisão a cabo entre famílias gaúchas, levantou informações qualitativas sobre esta relação, pois até então só

11 O atual estágio de homogeneidade da cultura massiva aliada aos processos de êxodo rural, entre outros elementos, leva muitos autores a afirmar que não é mais possível separar os âmbitos rurais e urbanos.



havia sido pesquisada quantitativamente ou com corte comportamental (Areu, 1993), além de chegar à análise da mediação da identidade cultural regional como fator importante desta relação, que coloca em contato referentes culturais globais e locais. A hibridização destes referentes culturais é fator que não anula a matriz cultural em que se firma a identidade local e regional.

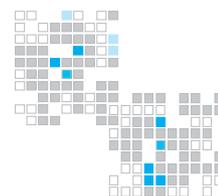
Com relação às novas hipóteses¹² deixadas por este *corpus* de estudos, considerando a situação do campo na década de 90, sobretudo nos primeiros anos, os pesquisadores ousaram levantar a polêmica sobre a atividade dos meios de comunicação na construção, manutenção ou ativação das identidades sociais, culturais e locais. Também desconfiaram e apostaram que o fortalecimento destas identidades pode tornar as audiências mais preparadas para negociarem os conteúdos nacionais e transnacionais incorporados ao seu dia-a-dia. Defendiam, com isto, que a memória coletiva, interagindo com o presente, como já havia sugerido Martín-Barbero, reconstrói as identidades culturais em qualquer âmbito, levando a superar dificuldades comunitárias e sociais, mesmo frente às mudanças intensas, em que o passado perde força e o presente passa a ser cada vez mais uma referência impositiva. Appadurai (2001, p.23) vai mais longe quando afirma que os meios, para além das identidades baseadas no passado, ativam a imaginação coletiva, criando “comunidades de sentimento”, as quais projetam e constroem sonhos e desejos, que extrapolam o nível da subjetividade individual, e muitas vezes levam à ação. Estas comunidades são “capazes de pasar de la imaginación compartida a la acción colectiva” (*Idem*, p. 24).

As telenovelas que tratam de questões regionais também inspiraram hipóteses, pois ao representar a identidade transformada daqueles que migra-

ram para a cidade ou representar valores e modos de vida que persistem no imaginário do país, conectam com experiências dos que ficaram e dos que saíram em busca de novos horizontes, brindando-os com a possibilidade do sentimento de pertencimento. Jesús Martín-Barbero já tratava desta questão no final da década de 80, e Appadurai, pensando hoje nos que migraram em todo o mundo, diz que “las imágenes, guiones, modelos y narraciones (tanto reales como ficticios) que provienen de los medios masivos de comunicación son lo que establece la diferencia entre la migración en la actualidad y en el pasado. Aquellos que quieren irse, aquellos que ya lo han hecho, aquellos que desean volver, así como también, por último, aquellos que escogen quedarse, rara vez formulan sus planes fuera de la esfera de la radio o la televisión, los casetes o los vídeos, la prensa escrita o el telefono” (*Idem*, p.22).

Este balanço dos estudos sobre o papel das identidades como mediadoras dos processos de recepção, por um lado, e sobre o papel dos meios na construção das identidades contemporâneas, por outro lado, mostra que esta é uma relação intrínseca e complexa, na qual os receptores têm presença ativa, embora ainda subordinada à agenda dos meios. Como cidadãos, entretanto, têm outros espaços institucionais – escola, partido, associações, família, etc. – onde exercem sua autonomia e participação, como os próprios estudos de recepção deixam transparecer, embora não os explore totalmente (Escosteguy e Jacks, 2004). É preciso enfatizar que o desenvolvimento dos estudos de recepção está reflexivamente vinculado a essa atmosfera sociopolítica da contemporaneidade e, por sua vez, à construção de identidade, como já foi dito acima, como também às suas políticas, no sentido proposto por Stuart Hall (1996), que as identifica como uma política de representação. Ou seja, um envolvimento dos sujeitos que até então poderiam estar localizados “nas margens”, para reclamar alguma forma de representação.

12 As hipóteses levantadas especulam sobre o nível de informação, de formação cultural e de mobilização social das audiências e sua relação com o nível de influência da televisão, ou seja, quanto menor o primeiro maior o segundo.



Para Neusa Guareschi (2003, p.131) políticas de identidade são “um modo de compreender ações coletivas e individualizadas de uma forma que problematize as experiências de vida das pessoas socialmente excluídas”, reconhecendo que a construção de identidades se dá mediante a produção de sentidos, isto é, pode ser entendida como um processo discursivo, cultural e social (Escosteguy e Jacks, 2004). Entende-se que as políticas de reconhecimento ou de identidade não têm obrigatoriamente que repercutir de imediato na esfera pública, ou seja, não necessariamente objetivam alcançar respostas imediatas no meio social, como aponta Appadurai (2001). Os estudos de recepção, portanto, por sua capacidade de dar voz aos sujeitos, são um espaço privilegiado para analisar os relatos emergentes de novas políticas de identidade na sociedade da informação

e da comunicação, como já apontamos em outro lugar (Escosteguy e Jacks, 2004), onde os dados empíricos trazidos pelas pesquisas analisadas deixam ver os posicionamentos, as atitudes, os comportamentos que dão conta desta tática desenvolvida pelos grupos estudados, recurso último de quem não tem acesso às instâncias participativas e decisórias. Os discursos produzidos pelos estudos de recepção, através das falas dos entrevistados, traduzem seu contexto sociopolítico-cultural e indicam as relações que estabelecem com outros contextos, marcando identificações e divergências culturais. Em outras palavras, constituem políticas de reconhecimento desenvolvidas no âmbito das táticas cotidianas, como diria Michel de Certeau, as quais estão articuladas com o debate das políticas de identidade em dimensão sociológica.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

APPADURAI, Arjun. *La globalización y la imaginación en la investigación*. Disponível em: <<http://www.cholonautas.edu.pe/modulo/upload/globalizacion%20e%20imaginacion.pdf>> Acesso em: 3 abr.2006.

APPADURAI, Arjun. *La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*. Buenos Aires: Fondo de cultura econômica / Ediciones Trilce, 2001.

AREU, Graciela Inês Presas. *O novo telespectador*. Dissertação (Mestrado). Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1993.

BRITTOS, Valério Cruz. *Recepção e TV a cabo: a mediação da identidade cultural pelotense*. Dissertação (Mestrado). Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1996.

CAPPARELLI, Sérgio & STUMPF, Ida Regina C.. *Teses e Dissertações em Comunicação no Brasil. 1992 - 1996. Resumos*. Porto Alegre: Gráfica UFRGS, 1998.

_____. *Teses e Dissertações em Comunicação no Brasil. 1997 - 1999. Resumos*. Porto Alegre: Gráfica UFRGS, 2001.

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. e JACKS, Nilda. Políticas de identidade e estudos de recepção: relatos de jovens e mulheres. In: DUARTE, Maria Beatriz B.; MEDEIROS, João Luiz (org.). *Mosaicos de identidades*. Curitiba: Juruá, 2004.

JACKS, Nilda. *A recepção na querência: estudo da audiência e da identidade cultural gaúcha como mediação simbólica*. Tese (Doutorado). Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1993.

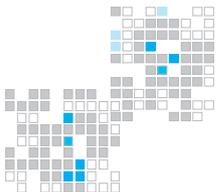
GONZÁLEZ, Jorge. *Cibercultura y políticas culturales*. *Gaceta*, Bogotá, n. 48, Enero 2001 - Diciembre 2002.

GUARESCHI, Neusa et al. *O cotidiano de meninos e meninas na favela: problematizando as Políticas de Identidade*. In: GUARESCHI, N. e BRUSCHI, M. (orgs.). *Psicologia social nos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2003.

HALL, Stuart. *New ethnicities*. In: MORLEY, David e CHEN, Kuan-Hsing (orgs.). *Stuart Hall - Critical dialogues in cultural studies*. London / New York: Routledge, 1996.

JACKS, Nilda; RONSINI, Veneza. *Mediação na recepção: estudo comparativo entre receptor urbano e rural*. In: *A encenação dos sentidos. Mídia, cultura e política*. Rio de Janeiro: COMPÓS / Diadorim, 1995.

OROZCO, Guillermo. *Recepción televisiva: tres aproximaciones y*



uma razón para su estudio. *Cuadernos de comunicación y practicas sociales*, México, n.2, 1991.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *De los medios a las mediaciones*. México: Gustavo Gilli, 1987.

RONSINI, Veneza. *Cotidiano rural e recepção da televisão: o caso Três Barras*. Dissertação (Mestrado). Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1993.

SAINTOUT, Florencia. Los estudios de recepción en America Latina. *La Plata Ediciones de Periodismo y Comunicación*, Universidad Nacional de La Plata, n.12, 1998.

SILVA NETO, Casimiro. *No ar, o som das águas! Projeto radiofônico, da gênese à recepção*. Dissertação (Mestrado). Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1997.

VILAR, Lúcio. *TV e janelas da vida cotidiana*. Dissertação (Mestrado). Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995.

ZAVALA, Lauro. Aproximaciones recientes al estudio de la identidad cultural y los procesos de recepción. In: *Generación de conocimientos y formación de comunicadores*. México: CONEICC / FELAFACS, 1992.

