PÚBLICOS, AUDIÊNCIAS E RECEPTORES¹

análise das pesquisas da década de 1990

Nilda Jacks²
Daiane Menezes³

Resumo: Este texto deriva da pesquisa “O campo da recepção e a produção brasileira na década de 1990” (CNPq, 2003-2005). A estratégia analítica foi a identificação dos objetos de estudo, problemas de pesquisa, premissas epistemológicas, modelo teórico-metodológico, premissas teóricas, hipóteses, amostra, procedimentos e técnicas de pesquisa, tendências disciplinares, resultados e autores e obras fundamentais utilizados no conjunto dos trabalhos.

Palavras-chave: Recepção. Pesquisa. Metodologia.

Em um total de 45 trabalhos produzidos na década de 90, 32 tiveram *abordagem sócio-cultural*⁴, nos quais o processo de recepção foi concebido como complexo, considerando múltiplas mediações. Mais do que o fenômeno de recepção em si, é problematizada sua inserção social e cultural. Nesta perspectiva, 17 adotam a matriz latino-americana, sendo que 13 têm Martín-Barbero como autor principal, seguido por Orozco e Canclini. Outro autor de referência é John Thompson com seu modelo “Hermenêutica de Profundidade”.

Premissas epistemológicas foram explicitadas em apenas metade dos trabalhos, sendo as mais recorrentes provenientes da hermenêutica. Sua ausência em dissertações de mestrado – a maioria dos trabalhos – é justificada, pois estas podem prescindir de discussões epistemológicas, mas no caso das teses deve-se às fragilidades formais e conceituais. Por outro lado, o fato de que alguns partiram de premissas provenientes da fenomenologia, da dialética, da noção de reflexividade, do interacionismo simbólico, do pensamento pós-moderno reflete o grau de embaralhamento entre os níveis epistemológico e teórico da pesquisa, sendo que alguns trabalhos apenas apontam a crise dos paradigmas.

No nível teórico, as premissas sobre o *processo de comunicação* o concebem como dialógico, em que o produtor não é onipotente e o receptor não é passivo, não havendo, portanto, uniformidade na interpretação das mensagens. A produção de sentido vem de ambos os lados, ainda que ocupem posições assimétricas. As principais mediações que constroem este processo são: identidade cultural, valores, vivência cotidiana, contextos sócio-históricos, classe, idade, escolaridade, gênero, família e instituições em geral, além de critérios individuais, como caráter e personalidade, etc.

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Recepção, Usos e Consumo Midiáticos”, do XVI Encontro da Compós, na UTP, em Curitiba, PR, em junho de 2007.

² Programa de Pós-Graduação em Comunicação/ UFGRS (njacks@terra.com.br).

³ Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais/ PUCRS (daianebm@hotmail.com).

⁴ Adotamos a classificação de ESCOSTEGUY (2004), que inclui ainda a “comportamental” e “outras”. A autora analisou o mesmo corpus com outro objetivo.

Emissores e mensagens não foram problematizados suficientemente, o que é uma lacuna, dada a percepção dialógica da comunicação, que articula produtores e receptores. A escassa discussão sobre o emissor deteve-se na idéia de que ele não é onipotente, mesmo que sua ação não possa ser desconsiderada. As mensagens, analisadas raramente, são entendidas como polissêmicas, mas dificilmente chegaram ao nível técnico da análise. Entretanto, a relativização do poder dos meios, de alguma forma contempla a inclusão dos emissores e mensagens.

Os *meios* foram entendidos como instituições sociais e agentes mediadores entre a sociedade e o receptor, os quais produzem agregação e integração social e cultural. Também são apontados como responsáveis por alterações nas formas de usufruir o dia-a-dia, pela instauração de outras sociabilidades, fruto de temporalidades, configurações sociais, práticas, linguagens e estéticas novas.

A *recepção televisiva* foi analisada em três teses e 13 dissertações, o que corresponde à metade dos trabalhos de abordagem sócio-cultural. Há premissas que tratam a TV como importante agente integrador da cultura nacional e regional, atuando decisivamente na constituição das identidades. Outras ressaltam sua característica de representação, reprodução ou produção da realidade, sendo acusada ainda de mascarar e negar conflitos, numa tentativa de unificação de estilos de vida, conteúdos sociais, culturais e religiosos.

O *gênero* mais estudado foi a telenovela, abordado em sete pesquisas, cujas premissas vão de sua tentativa de fazer “ficção sem fantasia”, promovendo identificação com o cotidiano do telespectador, até o fato dos aspectos econômicos determinar sua temática.

Os trabalhos tratam da recepção de telenovelas por donas-de-casa da periferia (SILVA, 1991) e por adolescentes urbanos e rurais (ELIAS, 1996); do modo com que a identidade cultural articula as apropriações dos valores veiculados pela telenovela por famílias gaúchas (JACKS, 1993) e por mulheres gaúchas de uma comunidade rural (RONSINI, 1993); do tipo de relação que metalúrgicos gaúchos estabelecem com a telenovela e a comunicação sindical (BAPTISTA, 1994); do lugar do som (SALINAS, 1994) e das personagens vilãs (SOUZA, 1996) na estrutura da telenovela e sua apropriação pelos receptores.

Quatro trabalhos estudam a relação do processo de recepção com a *identidade cultural*, sendo que os de Jacks e Ronsini já foram mencionados. Os outros abordam o lugar da TV nas

práticas culturais de receptores paraibanos (VILAR, 1995) e a importância da identidade local e regional na recepção de TV a cabo por gaúchos (BRITTOS, 1996)⁵.

Em termos do *público*, os outros três dos quatro trabalhos que tratam da recepção televisiva por adolescentes (Elias já citado em telenovelas) versam sobre: o comportamento do adolescente frente à TV (BRANDÃO, 1997) e a outros meios (MARTINS, 1997), e o lugar que a escola e a TV ocupam no processo de socialização de jovens (NATANSOHN, 1998). Há uma pesquisa sobre adolescentes em semi-liberdade que não enfoca a recepção televisiva, mas as representações sociais (da família, rua, FEBEM, escola, trabalho, televisão, filmes, etc.) formadas também pelos meios de comunicação (ALVES, 1993).

Os três trabalhos sobre *público infantil* propõem-se analisar a mediação da escola e da família na recepção televisivas (SILVEIRA, 1992); a relação entre a criança e a TV, com o objetivo de questionar o conceito de recepção e de processo comunicativo (GOMES, 1995); a interferência da TV na imaginação de crianças de uma comunidade de pescadores e as razões pelas quais as crianças gostam de um seriado infantil (GIRARDELLO, 1998).

Há dois trabalhos sobre *público rural* e dois sobre *público feminino* que já foram citados quando tratamos de telenovela (Elias e Ronsini; Silva e Ronsini, respectivamente)⁶. No que se refere ao último público há mais dois trabalhos, que analisam outros meios: a recepção de reportagens educativas por mulheres indígenas (DAZA, 1994); o sentido social da leitura de romances populares seriados e a influência sobre a vida das leitoras (DUMONT, 1998).

Dois trabalhos versam especificamente sobre *televisão a cabo*: o de Brittos, mencionado no enfoque temático, e o que analisa as mudanças de hábitos decorrentes da maior oferta de canais da TV paga (PIRES, 1999).

A recepção do *rádio*, segundo meio mais estudado, é tratada por sete dissertações - uma delas mencionada na recepção de TV por adolescentes⁷ - com os seguintes enfoques: o papel dos valores populares na identificação com a programação de uma rádio de alto-falante (COGO, 1994); a influência do rádio em uma comunidade indígena (CAVALCANTE, 1997); a recepção de um programa radiofônico por uma comunidade cearense com forte identidade cultural (SILVA NETO, 1997); a percepção sobre as relações de gênero e a dominação masculina nas práticas radiofônicas de emissoras católicas (CORAZZA, 1998); a inserção de um programa de mensagens na vida de comunidades rurais (FONSECA JÚNIOR, 1998); os

⁵ Mais outro trata de identidade cultural, cujo objeto é a recepção de um programa radiofônico, de modo que será exposto na abordagem deste meio.

⁶ Outros dois analisam receptores rurais, mas tratam de rádio e de publicidade, por isto serão expostos abaixo, quando falarmos daquele meio e deste gênero.

⁷ O trabalho de Martins consta na categorização de televisão e rádio porque trabalha com mais de um meio.

sentidos atribuídos por um grupo de mulheres a um programa de audiência popular, a partir de suas histórias de vida (GRISA, 1999).

Os dois trabalhos que tratam da *publicidade*, investigam sua recepção por setores “excluídos” (MATOS, 1995) e a publicidade como mediação do consumo de donas de casa do meio rural (KESSLER, 1997).

Há dois trabalhos que tratam de questões teóricas ou metodológicas: a construção de uma teoria cinematográfica que afirme o prazer do espectador (MASCARELLO, 1999) e a postura reflexiva na atuação etnográfica aplicada aos estudos de recepção (SILVEIRA, 1998).

Por fim, três trabalhos empíricos estudam: a apropriação de filmes produzidos e exibidos na década de 1980 por espectadores de Belo Horizonte (VEIGA, 1998); a recepção da música popular brasileira por jovens universitários (BARROS, 1994); e a recepção midiática de metalúrgicos a partir da mediação do mundo do trabalho (PAULINO, 1999).

A maioria das *hipóteses* diz respeito à importância de determinadas mediações ou mediadores (a cultura regional e de comunidades rurais ou urbanas; as práticas produtivas ou o mundo do trabalho, o som e determinadas personagens das telenovelas) na recepção dos meios ou gêneros, seguindo de perto as orientações conceituais dos autores latino-americanos. Outras se remetem à interferência dos meios nas formas de sociabilidade, às diferentes formas de relacionamento com diferentes meios ou gêneros, à possibilidade de negociação de culturas locais com outros tipos de cultura, à identificação com determinados programas em função dos conteúdos locais.

De todos os trabalhos sócio-culturais, apenas 11 analisam o gênero ou a programação do veículo estudado para entender sua recepção, e quatro preocupam-se em conhecer os emissores. A entrevista individual é a técnica adotada por 27 dos 32 trabalhos, sendo que 14 complementaram-na com observações etnográficas. As outras cinco pesquisas optaram por questionários, grupos focais, etnografia e história de vida. Entretanto, a maioria dos trabalhos não problematizou as técnicas à luz dos conceitos utilizados ou de seus objetivos e problemas de pesquisas.

Entre os *avanços* deste conjunto de trabalhos destacamos a concepção de cultura como prática cotidiana e a compreensão das classes para além dos tradicionais sentidos de diferenciação social, ou seja, a partir de uma noção que engloba e promove a aproximação entre elas. É relevante também a exploração conjunta do modelo das multimediasções de Orozco e da teoria das mediações de Martín-Barbero, o que possibilitou estruturar a investigação vislumbrando as conexões entre a base institucional e as práticas sócio-culturais, ademais de fornecer parâmetros para fazer emergir categorias dos próprios objetos de estudo. Também foi

problematizada a etnografia e a postura reflexiva, o que ajuda a preencher a lacuna sobre a discussão dos métodos utilizados pelos estudos de recepção.

Outro mérito consiste na exploração de outros campos, como os dedicados à reflexão sobre a imaginação infantil e à produção cultural para as crianças. Afora isto, a maior parte dos avanços diz respeito à originalidade dos temas para a época: o papel dos meios na constituição das representações sociais de adolescentes e a competição entre meios, família e escola na formação da personalidade dos adolescentes; enfoques menos moralistas sobre a recepção infantil; consumo e recepção da cultura de massa no meio rural; recepção de canções considerando questões estéticas; leitura de romances seriados; papel do som e dos vilões na recepção de telenovelas; introdução da TV a cabo no cotidiano dos telespectadores.

Apesar do avanço em relação aos estudos até então realizados, basicamente de corte comportamental, alguns trabalhos apresentam problemas como a utilização de linguagem e estrutura imprópria, inadequação de métodos e técnicas de pesquisa para a solução do problema apresentado ou ainda incoerências com o modelo teórico-metodológico escolhido. Além disso, raramente são considerados trabalhos com problemáticas afins, o que leva à proposição de objetos parecidos, resultados similares sem estabelecimento de comparações, que, como conseqüência, não traz avanços para o desenvolvimento do campo. Também não houve articulação com as pesquisas de mercado, as quais podem aportar informações pelo menos quantitativas para apoiar decisões e para apresentação de premissas empíricas.

Muitas vezes não foram apontadas premissas sobre o meio e o gênero estudados, mesmo quando isto se fazia necessário para estabelecer os princípios analíticos. Também é visível a falta de foco na relação dos receptores com os meios, especialmente em alguns trabalhos construídos segundo os princípios mais amplos dos Estudos Culturais, em que a relação que fazem com os meios é tão precária que escapa da problemática do campo da comunicação.

Crítérios para a composição das amostras foram deficientes em muitos casos, assim como, em muitos outros, o trabalho analítico e interpretativo das respostas dos entrevistados foram tomadas sem a necessária articulação com seu mundo simbólico e social. Por fim, encontramos ainda conclusões baseadas em indícios fracos, como supostas singularidades do processo de recepção de determinada amostra, que são apropriações comuns, nada diferentes de outros grupos já estudados.

De maneira geral, as pesquisas afirmam a importância de mediações como a cultura regional e a identidade cultural, o lugar onde os receptores vivem (zona urbana ou rural), as práticas cotidianas, as características socioeconômicas, etárias e sexuais, a atividade profissional, o trabalho, a religiosidade, os laços comunitários, a família, os professores e a escola, etc. Além

destas, também são enfatizadas as mediações de outros meios ou de informações, como o caso do rádio mediando a televisão, e a televisão regional mediando a TV a cabo. Outra conclusão comum à grande parte dos trabalhos é a observação de que a influência que os meios podem ter sobre as pessoas ou as culturas é relativa. No caso das pessoas, está mais relacionada com a estética e o consumo, e no caso das culturas, caracteriza-se por um processo de “hibridização”, pois o fato dos receptores terem acesso a conteúdos nacionais e estrangeiros não significa que deixarão de se interessar por assuntos locais e regionais. Os trabalhos que abordam a recepção infantil concluem que a TV não substitui sua imaginação criativa, visto que as crianças exercitam sua imaginação através dela. Entretanto, elas não duvidam da TV e esta é fundamental para a idéia que fazem do mundo, o que indica que este meio de fato condiciona sua percepção, embora sempre mediada pelo contexto. Sobre os adolescentes, concluem que negociam as informações recebidas, sem acreditar em tudo o que vêem, e que diferenças em suas rotinas fazem com que assistam a TV e julguem o que assistem de forma diferente.

Alguns trabalhos concluem que há muita distância entre produtor/programação e seus receptores, porque os produtores possuem pouco vínculo com a realidade e os valores dos receptores, e acabam produzindo uma programação que se afasta tanto em forma como em conteúdo da realidade das comunidades. Em outros casos, essa aproximação é justamente apontada como a razão do sucesso de determinados programas, como é o caso de rádios comunitárias, em que preponderam os avisos sobre os demais tipos de mensagens, o que confere a elas um caráter de utilidade prática e pública, ou o caso das telenovelas, em que os metalúrgicos sentem-se mais identificados com elas do que com jornais do seu sindicato.

Oito trabalhos têm abordagem *comportamental*, ou seja, consideram que o produto midiático é um estímulo que provoca diversas reações nos públicos e estudam seu impacto (ESCOSTEGUY, 2004). Dentre eles, cinco referem-se a um modelo teórico-metodológico específico, sendo que somente em dois os modelos são rigorosamente aplicados. Nenhum parte de premissas epistemológicas para orientar as opções teóricas e metodológicas, que em geral são criadas para operacionalizar as diferentes instâncias de um paradigma.

Duas pesquisas sustentam-se na idéia de que os *usos e gratificações* são postos em prática com a troca de canais e que parte da audiência a iniciativa de satisfazer algum tipo de necessidade. Os trabalhos baseados no modelo da *agenda setting* dizem que este contribuiu para uma nova postura em relação à recepção ao prever que a influência exercida sobre o receptor varia de acordo com as informações que domina. Um dos trabalhos sustenta sua

análise e procedimento nas teorias de Jean Piaget, bem como em alguns teóricos da Escola de Jauss, justificado pelo fato de que crianças, diferentemente dos adultos, fazem uso da imaginação fantástica.

A maior parte das premissas relativas ao *processo de comunicação* se aproxima das que orientam os estudos sócio-culturais. Entendem a eficácia da comunicação como resultado de múltiplos fatores sociais, especialmente o contexto sócio-psicológico e o conhecimento dos receptores, que não se relacionam individualmente com os meios.

No que tange à *recepção* propriamente dita, consideram as diferentes estruturas psicológicas, cognitivas, de percepção, crenças, valores, atitudes e habilidades de cada indivíduo na sua relação com os meios, de modo que as interpretações são variadas. Os receptores influenciam a agenda jornalística e o processo de recepção não se esgota no contato mídia-receptor, uma vez que as pessoas se informam entre si. A relação entre o interesse que o receptor possui pelo tema e a incidência do agendamento é proporcional. Sobre o receptor infantil é destacado que possui um mundo dotado de uma lógica própria, sendo que um dos trabalhos acredita que crianças com comportamento agressivo tendem a intensificá-lo quando expostas à violência televisiva.

Quando o tema é o consumo, a premissa diz que o consumidor age mais em consonância com as necessidades culturais, do que com as utilitárias, concordando com os postulados sócio-culturais em alguns aspectos.

Aqui também os *emissores e as mensagens* não foram problematizados, exceto pela afirmação de que faz diferença, no potencial de agendamento, onde as mensagens são veiculadas.

Tratando da imprensa, é afirmado que a produção jornalística não pode ser vista isoladamente, pois está sujeita tanto à visão particular do repórter, quanto às pressões da política editorial e da audiência, e quando o público é infantil, ela distingue-se pelo tratamento lúdico, pelas brincadeiras e jogos que veicula.

Quanto aos *objetos*, a TV também é a mais estudada, sendo dois trabalhos sobre a recepção – usos, hábitos, etc – da TV paga (AREU, 1993; GOMES, 1998). Com relação à TV aberta, em dois trabalhos o foco é o comportamento de crianças e jovens frente à programação violenta (MEDEIROS, 1998; RANGEL, 1996). Um terceiro trabalho trata da recepção de informações técnico-científicas sobre agricultura, veiculadas por TV e rádio, por parte dos produtores rurais amazonenses (BARTHOLLO, 1997).

O rádio é abordado na busca de sua influência, impacto e uso em uma comunidade indígena (PINHEIRO, 1992), o jornal pela análise da recepção do suplemento infantil (Folha de São Paulo) junto a alunos das séries fundamentais (COSTA, 1992), e o gênero publicitário por

meio da reação espontânea de consumidores nos meios de comunicação, bem como de reclamações junto a órgãos públicos (AUGUSTO, 1992).

As *hipóteses* levantadas vão desde a crença na forte influência dos meios sobre as crianças e sobre as conversas das pessoas em geral, até sua influência relativizada em função da realidade cotidiana e dos conhecimentos dos receptores.

Entre os *avanços* alcançados, não se destacam os de natureza teórico-metodológica, já que dão continuidade à tradição funcionalista e comportamental desenvolvida em décadas anteriores, sem exploração de novos procedimentos compatíveis com as premissas apresentadas pelos próprios trabalhos, as quais poderiam aproximar-se de outras tradições que entenderam o fenômeno de forma mais complexa. As novidades remetem-se ao estudo da violência televisiva do ponto de vista da recepção, tema até então escassamente trabalhado no campo da comunicação, e a estudos da recepção de TV a cabo, fenômeno emergente na época da realização destas pesquisas.

Embora calcados em uma longa tradição que se remonta aos anos 1930 e 40, renovados nos anos 60 e 70, os trabalhos apresentam limites, como a falta de consistência metodológica e técnica para tratar problemas complexos. Além disso, a constituição das amostras foi muito limitada, tendo em vista a abordagem de indivíduos e não de grupos sociais. Observamos ainda carência de uma homogeneidade para analisar todos os elementos do grupo estudado, além do hiato entre a aplicação do modelo teórico-metodológico adotado e a discussão teórica. Em termos do compromisso com o campo e com os procedimentos científicos, a debilidade maior foi o desconhecimento, proposital ou não, de outras pesquisas sobre os mesmos temas.

No entanto, equilibrando esta falta de organicidade, a maior parte dos trabalhos apresenta *novas hipóteses* a serem exploradas pelo campo. Entre elas o estudo do culto aos personagens, devido à importância dada pelo receptor infantil, e a busca de outros fatores para o gosto pela violência televisiva que não a agressividade, frustração e ambiente familiar negativo.

Sobre TV a cabo, as conclusões são que ela emancipa o indivíduo culturalmente à medida que lhe oferece conteúdos variados e lhe permite escapar da rotina da TV aberta e, ao contrário da aberta, sua recepção é um ato individual e solitário. A assinatura não se daria por causa do nível econômico, mas pelo interesse por novos conteúdos televisivos, o que faria os assinantes passarem mais tempo em frente à TV. A migração entre canais locais e internacionais deve-se ao interesse pelos conteúdos da realidade próxima e o entretenimento, respectivamente.

Quanto à influência da TV nas crianças, os trabalhos concluíram que é inegável que ela condiciona os comportamentos, e a principal razão disso é a falta de habilidade das crianças

em distinguir nitidamente a ficção da não-ficção. No entanto, manifestações artísticas e lazer podem funcionar como estímulo a esse discernimento.

Sobre produtores rurais e informações midiáticas, foi constatado que eles buscam no cotidiano, especialmente em sua realidade econômica e condições de trabalho, os elementos para tomarem suas decisões. Os julgamentos, embora vivam em comunidade e partilhem de problemas semelhantes, não são uniformes, pois dependem da experiência e do conhecimento individual.

A respeito da publicidade, o consumidor prefere peças simples, de cunho emocional e poético, com mensagens que correspondam a seus valores e conceitos. Quando possui linguagem agressiva e ofensiva, o consumidor deixa este papel em segundo plano e posiciona-se como cidadão. O consumidor comporta-se de modo coletivo, o que quer dizer que a publicidade é um gênero limitado aos parâmetros sociais, assim, qualquer ousadia para além dos padrões estabelecidos poderá ser contestada ou até rejeitada.

Finalmente, sobre o impacto do rádio em uma comunidade indígena, a conclusão é que a hipótese da *agenda setting* não se confirma nesta comunidade, pois o rádio funciona unicamente como entretenimento e utilidade pública. Em função das novas tecnologias de comunicação, este meio já não tem o poder de definir as temáticas do dia-a-dia. Assim, a teoria da *agenda setting* é mais adequada para o estudo da televisão, veículo hoje dominante.

Cinco trabalhos têm *outras abordagens*, ou seja, estudam o receptor presumido pelo discurso dos meios e as próprias teorias da recepção. Três dissertações possuem caráter empírico, e são teóricos são uma tese e uma dissertação. Entre os empíricos, um analisa o discurso de dois programas radiofônicos para identificar o perfil do receptor constituído pelos mesmos (GÁLIA, 1997); outro, as estratégias discursivas de três programas de determinado canal de TV, comparando os diferentes contratos de leitura, ou seja, o modo como seus produtores constroem o receptor de acordo com cada público (PINTO, 1999); um terceiro estuda a produção de romances populares e seu consumo por mulheres (SILVA, 1994). Entre os teóricos, a tese discute a semiótica peirciana como uma possível teoria da recepção, com foco na Teoria dos Interpretantes (ZILOCHI, 1997), e a dissertação apenas revisa as teorias da recepção (MARTINS, 1996).

Entre os trabalhos, somente um empírico e um teórico explicitam modelos teórico-metodológicos, respectivamente, a análise de discurso proposta por Eliseo Verón e a Semiótica de Peirce.

Por não compartilharem modelos, os autores e as obras fundamentais são muito díspares, do mesmo modo que as tendências disciplinares, que vão da Antropologia e da Filosofia aos estudos da linguagem (Teoria Literária, Lingüística, Semiologia, Semiótica), passando pela Psicologia, Psicanálise e Sociologia, confluindo com a tendência dos estudos sócio-culturais. Entre as premissas sobre o *processo de comunicação*, afirmam que é necessário considerá-lo como condicionado pelo texto e destinatário, ou seja, que não pode ser pensado isolado de suas condições sociais de produção e de recepção. Entre os meios e seu público estabelecem-se contratos de leitura, que são a identificação do receptor com a ótica do veículo. Quanto à interpretação, existe um hábito geral adquirido por um dado signo, o que permite a perpetuação da compreensão e inibe novas possibilidades de significados, mas por outro lado, em função da vastidão de interpretantes possíveis, chega-se ao extremo de que a capacidade significativa do signo nunca se esgota, restando sempre um resíduo “intangível”.

Sobre o *processo recepção*, seguem as premissas encontradas: o público constrói sentido de acordo com o que sabe e acredita, disputando, assim, a produção de sentido, sendo que na leitura há recriação da obra literária de modo muito pessoal, de acordo com as possibilidades de compreensão, com o tipo de sensibilidade e a capacidade crítica, que não se esgota na empatia com a história e personagens. No entanto, há sempre uma interpretação coletiva, que em determinadas circunstâncias pode suprimir a particular. Como o leitor é capaz de atualizar o signo em cada ato de leitura, a “semiótica da recepção” estaria relacionada ao tipo de signo e não a uma qualidade de leitor, como querem os teóricos da recepção.

Nestes cinco trabalhos, o *emissor e a mensagem* também não são problematizados suficientemente, e os *meios* definitivamente não o são. Uma das pesquisas apenas sugere que as emissoras privadas esquecem alguns conceitos éticos pela conquista da audiência e, outra, que o prazer proposto pelos romances femininos não é um prazer hedonista, mas catártico, existindo sempre uma intencionalidade.

São explicitadas premissas sobre o *gênero* somente nos trabalhos que abordam a relação com a literatura popular e com o jornalismo. Assim, a literatura popular tem a finalidade de propiciar sonhos, realização de desejos, e, retomando Gramsci, é dito que a “necessidade de ilusão” está em todos os segmentos sociais. Sobre o jornalismo, é dito que este encontra no rádio seu suporte mais adequado, já que possibilita a transmissão dos fatos no momento em que acontecem.

Neste conjunto de trabalhos o *avanço* deu-se no estudo da recepção de romances populares, pois foi realizada uma análise psicossocial, reunindo elementos a respeito do indivíduo e da

cultura, e na possibilidade de estudar a recepção através do enfoque semiótico, uma teoria que privilegia a representação.

Entre os *limites*, estão problemas formais como a confusão entre hipótese e premissa, corpus construído com pouca representatividade, pouca contribuição para renovação do campo, e análises que não ultrapassam uma revisão teórica.

Com relação às *novas hipóteses* para futuras explorações, temos as seguintes contribuições: a vanguarda educacional encontra-se nos meios, uma vez que a escola tem pouca influência na mentalidade do cidadão; e os contratos de leitura propostos pelos meios devem ser analisados através de estudos de recepção, já que é insuficiente sua dedução somente através da análise do discurso.

Sobre os receptores idealizados pelo emissor, os trabalhos concluem que: 1) embora os programas televisivos analisados tratem de temas diferentes, todos têm um caráter pedagógico e sua unidade é mantida mediante o emprego de conceitos que perpassam toda a programação, tais como cidadania, conhecimento e educação, elementos do contrato de leitura; 2) para as audiências idealizadas pelos dois programas radiofônicos analisados, o Brasil é dependente de outras culturas e os gaúchos se identificam com os demais povos platinos, enxergando-se como diferentes dos demais brasileiros. Quanto aos motivos que levam as mulheres aos romances populares está o desejo de conquistar o novo, a fantasia, e tais romances, compostos por “seres ideais” e com “final feliz”, são a chance de satisfação dos desejos reprimidos no dia-a-dia e o alívio das tensões do cotidiano.

Passando aos trabalhos teóricos, a tese com marco teórico e epistemológico na semiótica peirciana propõe que essa teoria vincula-se diretamente com premissas de teóricos da Escola de Constanza, tais como o “horizonte histórico” e a “hermenêutica da pergunta e da resposta” (Jauss), a “interpenetração entre texto e leitor” (Iser), e as “direções gerais” ou *schemmata* (Ingarden). A dissertação que toma as teorias da recepção como corpus tem em suas conclusões uma espécie de apanhado geral sobre seu desenvolvimento desde a década de 40, na qual os meios eram considerados “opressores” até a década de 90, sem apontar para um modelo analítico que supere os impasses no trato da recepção dos meios.

Este artigo expõe os dados e conclusões mais gerais sobre a pesquisa empreendida, os quais serão detalhados em uma publicação que está em preparação. O objetivo deste esforço é sistematizar a produção da área com vistas a uma crítica e autocrítica que identifiquem as principais contribuições, mas igualmente as deficiências a serem equacionadas para um

avanço coletivo. A proposta, portanto, é contribuir para uma agenda de pesquisa a ser utilizada pelos interessados neste campo de estudos.

Referências

ALVES, H. **Álbum de família**: a trama das representações sociais de adolescentes abandonados. Dissertação. USP, 1993.

AREU, G. **O novo telespectador**. Dissertação. USP, 1993.

AUGUSTO, C. **Quem tem medo de propaganda?** Estudo da reação à propaganda através da manifestação espontânea do consumidor em jornal de Santos. Tese. USP, 1992.

BAPTISTA, M. L. **Comunicação**: trama de desejos e de espelho; os metalúrgicos, a telenovela e a comunicação sindical. Dissertação. USP, 1994.

BARROS, L. **O consumo da canção de consumo**: uma análise dos processos de recepção da canção popular brasileira por jovens universitários. Tese. USP, 1994.

BÁRTHOLO, M. **Recepção**: a seleção da informação no meio da floresta. Dissertação. UNB, 1997.

BRANDÃO, L. **O adolescente e a televisão**: um receptor passivo? Dissertação. PUCRS, 1997.

BRITTOS, V. **Recepção e TV a cabo**: a mediação da identidade cultural pelotense. Dissertação. PUCRS, 1996.

CAVALCANTE, I. M. **A presença dos meios de comunicação tecnológicos na aldeia Yawalapíti** (um estudo sobre a influência do rádio e da radiofonia). Dissertação. UNB, 1997.

COGO, D. **No ar uma rádio popular**: o uso dos alto-falantes como emissora popular no Brasil. Dissertação. USP, 1994.

CORAZZA, H. **Comunicação e Relações de Gênero em práticas radiofônicas da Igreja Católica no Brasil**. Dissertação. USP, 1998.

COSTA, M. **Ler sem Engasgar**. Dissertação. PUCSP, 1992.

DAZA, C. **Warmin Arupa Palavra de Mulher**. Um Estudo de Recepção do Vídeo no Centro de Promoción de La Mujer Gregoria Apaza (Bolívia). Dissertação. UMESP, 1994.

DUMONT, L. M. **O imaginário feminino e a opção pela leitura de romances de séries**. Tese. UFRJ/IBICT, 1998.

ELIAS, M. **O adolescente diante da telenovela**: uma análise das vivências rurais e urbanas na cidade de Piracicaba. Dissertação. UMESP, 1996.

ESCOSTEGUY, A. C. Notas para um estado da arte sobre os estudos brasileiros de recepção nos anos 90. In MACHADO, J.; LEMOS, A.; SÁ, S. (orgs.) **Mídia**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

FONSECA JR, W. **Alô Pantanal**: estudo sobre a relação entre um programa de rádio e três comunidades rurais do município de Corumbá – MS. Dissertação. UMESP, 1998.

GÁLIA, M. **O Receptor Idealizado pelo Discurso Radiofônico** – Uma Análise do Emissor em ‘Gaúcha Hoje’ e ‘Flávio Alcaraz Gomes Repórter’. Dissertação. PUCRS, 1997.

GIRARDELLO, G. **Televisão e imaginação infantil**: histórias da Costa da Lagoa. Tese. USP, 1998.

GOMES, A. **Gente que paga TV**: o telespectador da TV por assinatura no Brasil. Dissertação. UMESP, 1999.

GOMES, I. M. **Ingenuidade e televisão**: investigação sobre o conceito de recepção e o processo comunicativo. Dissertação. UFBA, 1995.

GRISA, J. Â. **Os sentidos culturais da escuta**: rádio e audiência popular. Dissertação. UFRGS, 1999.

JACKS, N. **A recepção na querência**: estudo da audiência e da identidade cultural gaúcha como mediação simbólica. Tese. USP, 1993.

KESSLER, J. **Mais do que feijão com arroz**: consumo, publicidade e cultura no meio rural. Dissertação. UMESP, 1997.

MARTINS, B. **Revisitando as Teorias da Recepção**. Dissertação. UFRJ, 1996.

MARTINS, S. **Adolescência e recepção**: a mídia em ritmo de video-clip. Dissertação. PUCRS, 1997.

MASCARELLO, F. **Viva Glauber, Viva Hollywood**: por uma teoria plural do espectador cinematográfico. Dissertação. PUSRS, 1999.

MATOS, R. **A orgia dos objetos**: estudo sobre recepção, publicidade e “excluídos”. Dissertação. UFBA, 1995.

MEDEIROS, A. C. **A violência no cotidiano das crianças** – A Televisão e a Influência dos Super-heróis: Heróis, Heroínas, Vilões e Vilãs. Dissertação. UMESP, 1998.

NATANSOHN, L. G. **Educação e Meios de Comunicação**: recepção e usos da TV na escola. Dissertação. UFBA, 1998.

PAULINO, R. **Estudo de Recepção**: o Mundo do Trabalho como Mediação da Comunicação. Tese. USP, 1999.

PINHEIRO, F. **Impactos de Veículos de Comunicação de Massa numa Reserva Extrativista no Estado do Acre**. Dissertação. UNB, 1999.

PINTO, C. **Reconhecendo o canal do conhecimento**: um estudo dos contratos de leitura do canal Futura e da recepção de sua programação. Dissertação. USP, 1999.

PIRES, E. **Modos de Recepção entre Usos e Hábitos**: Uma análise do deslocamento do usuário pela rede de programação da TV a cabo. Dissertação. UFMG, 1999.

RANGEL, J. **Exposição à violência na televisão e suas correlações no contexto de variáveis psicológicas e sócio-demográficas dos adolescentes**. Dissertação. UMESP, 1996.

RONSINI, V. **Cotidiano rural e recepção da televisão**: o caso Três Barras. Dissertação. USP, 1993.

SALINAS, F. **O som na telenovela: articulações som e receptor**. 1994. Tese. USP, 1994.

SILVA NETO, C. **No ar, o Som das Águas!** Projeto Radiofônico, da Gênese à Recepção. Dissertação. UFRJ, 1997.

SILVA, M. **Televisão invisível**: o receptor e o olhar simbólico. Dissertação. USP, 1991.

SILVA, P. **As leitoras indiscretas visitam as bancas**. Dissertação. USP, 1994.

SILVEIRA, D. **A máquina dos sonhos**: imaginário e cotidiano de dois grupos de crianças espectadoras de TV. Dissertação. UMESP, 1992.

SILVEIRA, F. **O Universo como Espelho**: um ensaio sobre etnografia e reflexividade nos estudos de recepção. Dissertação. UFRGS, 1998.

SOUZA, M. **O papel social do vilão**: leituras e usos sociais do vilão no cotidiano de receptores de telenovela. Dissertação. USP, 1996.

VEIGA, R. **Comunicação e Cinema**: imagens de um tempo. Dissertação. UFMG, 1998.

VILAR, L. **TV e janelas da vida cotidiana**. Dissertação. USP, 1995.

ZILOCHI, A. M. **Do seu olho sou o olhar** - Por uma semiótica da Recepção. Tese. PUCSP, 1997.