

# Estudos de recepção em contexto de mutação da comunicação: rumo a uma quarta geração?<sup>1</sup>

## *Studies on reception in a context of changing communication: toward a fourth generation?*

Serge Proulx

proulx.serge@uqam.ca

Professeur titulaire, École des Médias, Université du Québec à Montréal (Canada).  
Professeur associé, Télécom ParisTech (France).

### Resumo

Neste artigo, reflito sobre os estudos de recepção que desenvolvo. Vou começar com um breve comentário sobre a minha história com a pesquisa, que é relacionada à recepção. Em seguida vou lhes apresentar três primeiras gerações de trabalhos sobre a recepção, para, no fim, pensar de forma prospectiva sobre uma quarta geração de pesquisa, que estaria ligada à emergência da *internet*. E vou concluir com um debate sobre o futuro dos estudos da recepção. Nesse processo reflexivo, busco os recortes epistemológicos e metodológicos em jogo.

**Palavras-chave:** recepção, prospecção, *internet*, epistemologia, metodologia.

### Abstract

In this article I reflect on the studies on reception that I have been developing. I start with a brief comment on my research history, which is related to reception. I then discuss the three first generations of works on reception. Afterwards I introduce in a prospective way a fourth research generation, which is connected to the emergence of the internet, and conclude with a debate on the future of reception studies. In this reflection process I try to identify the epistemological and methodological issues at stake.

**Keywords:** reception, prospection, internet, epistemology, methodology.

### Articulações epistemológicas: entre a recepção e os usos<sup>2</sup>

Começo falando sobre meu itinerário de pesquisador, do ponto de vista da pesquisa em recepção. Entre 1980 e 1990, dediquei-me a investigar usos da microinformática e a vida cotidiana, de forma prospectiva. Na década de 90, dediquei-me, mais especificamente, à recepção da televisão local. E, mais ou menos a partir dos anos 2000 até agora, à televisão global. Nos últimos anos, voltei a esta questão dos

usos, da participação, interessando-me particularmente por essa questão da cultura no meio digital, em específico questões sobre o *software* livre, na perspectiva do problema da contribuição (tema de minhas reflexões atuais).

A primeira experiência que desenvolvi, em 1990, quando trabalhei mais precisamente sobre a recepção, foi, junto com um grupo de estudantes, uma observação etnográfica, fazendo uma observação de uma noite de televisão e 25 famílias. Para mim era uma forma de me aproximar desta realidade da etnografia em matéria de estudo de comunicação. O que é interessante e me surpreendeu nesta primei-

<sup>1</sup> Este artigo foi traduzido por Stephane Gutfreund e Vanise Dresch. Revisado por Jairo Ferreira. Atualiza reflexões desenvolvidas por Serge Proulx no seminário da Escola de Altos Estudos intitulado “Mutações da comunicação: Emergência de uma cultura da contribuição na era digital”, realizado em 2012.

<sup>2</sup> Essas reflexões têm como referência as perspectivas teóricas e metodológicas da recepção no “Norte”. Não consideram as pesquisas desenvolvidas no Sul. Certamente, se tivesse vindo ao Brasil há 20 anos, teria enriquecido muito minhas reflexões com tudo que aqui foi feito na esfera dos estudos de recepção.

ra observação etnográfica é a grande heterogeneidade de formas de receber a televisão. Ou seja, finalmente a imagem clássica de uma família sentada no sofá olhando TV era absolutamente minoritária. Observamos, por exemplo, em uma casa, que a televisão estava ligada na sala, mas não havia ninguém na sala. As pessoas estavam em outras peças da casa (nos quartos, na cozinha, etc.). A casa tinha uma grande circulação de pessoas, e, quando as pessoas chegavam à sala (com a televisão ligada), elas davam uma olhada, ficavam alguns minutos e, em seguida, saíam. E observamos que elas estavam falando sobre o que tinham visto na televisão, mas discutiam isso nos outros cômodos. Então isso foi para mim uma revelação: ver que havia uma forma diferente de consumir a televisão.

Em seguida, nossa segunda etapa de pesquisa foi um momento em que eu recebi críticas acerca dessa primeira etapa. Disseram que parecia um pouco superficial ficar somente uma noite em uma casa. Assim, tentei fazer a observação em três dias seguidos (1991). Uma pesquisadora foi até uma família, ficou três dias, chegando pela manhã e ficando até a noite. Ela tentava observar o cotidiano dessa família e a importância da televisão nela. Evidentemente, a primeira coisa que observei foi que era necessário mandar uma observadora mulher, não homem, pois, em um determinado momento, o homem saía da casa e então sua esposa e os filhos ficavam sozinhos com a observadora. Então pensamos que seria melhor uma mulher do que um homem para passar esses três dias com a família. Isso era uma situação um pouco delicada. Só para falar de uma anedota, em um determinado momento, a mulher decidiu ir ao seu quarto com seus filhos, e a minha observadora não sabia o que fazer. Ela sentou perto da porta e observou. Acentuo isso para mostrar o lado artificial dessa situação, os limites importantes do trabalho de observação.

Tentei, depois, passar para uma pesquisa supervisionada em três anos (1992-1995). Essa pesquisa combinou, ao mesmo tempo, sondagem – cerca de 600 famílias – e recolhimento de depoimentos de práticas. Nesse momento, tentei introduzir um elemento novo no plano metodológico, em relação às minhas abordagens de observação etnográfica, tentando me situar na tradição dos depoimentos, dos comentários de vida. Esse tipo de estudo foi desenvolvido na sociologia, por exemplo, para tentar entender como acontece uma vida específica. No caso desta pesquisa, tentei me concentrar no que podemos entender a partir do recolhimento de depoimentos de práticas, com entrevistas bastante livres, sem ou com pouca quantidade de entrevistas dirigidas.

Em resumo, fizemos duas entrevistas com cada pessoa que entrevistamos. Elas duravam entre duas e três horas cada. A palavra-chave no primeiro encontro era “Fale-nos de sua família”. Nós não falávamos da televisão, mas deixávamos a pessoa nos falar da sua família e esperávamos que aparecessem as questões sobre a televisão. E se por acaso a televisão não era abordada na primeira entrevista,

na segunda já começávamos perguntando “Qual é a sua maior lembrança sobre o uso da televisão?” e, a partir disso, começávamos a entrevista. Começamos a recolher um material muito rico. Eu escrevia alguns artigos, mas não escrevi um livro que deveria ter escrito. Levei três anos para coletar tudo isso, mas tive um problema técnico que não me permitiu continuar. Então eu lamento por causa da riqueza deste material. Tínhamos um material que nos permitiu falar da relação com a televisão em quatro gerações, pois entrevistávamos todos nas famílias, filhos, avós, etc. Não exploramos esse material como queríamos.

A minha pesquisa seguinte (1995-1996) foi sobre as “comunidades etnoculturais”, os vietnamitas, haitianos, italianos, portugueses que se estabeleceram em Montreal. Fiz uma pesquisa usando o modo “grupo focal”, reunindo cerca de 10 pessoas que falaram sobre seu consumo televisivo. Continuei o meu programa de pesquisa sobre a recepção com um colega, especialista em estudos políticos. Pensamos que seria interessante imaginar um programa de pesquisa que estivesse numa interface entre a tradição dos estudos de política e estudos de recepção. Trabalhamos com um grupo de cerca de 20 militantes que, em suas práticas militantes, estavam envolvidos com a questão das mídias. Desejávamos observar qual era o modo de consumir as mídias desses militantes. Ou seja, tentamos entrar na vida privada deles para tentar refletir sobre o seu modo de consumir a televisão e o seu modo de intervenção. A originalidade metodológica desta pesquisa foi a possibilidade de combinar entrevistas individuais profundas e encontros de grupos focais. O que nós descobrimos foi que as mesmas pessoas, entrevistadas no âmbito dos grupos focais, diziam coisas novas que não foram abordadas na entrevista individual. Foi muito interessante essa pesquisa.

Encerrei meu programa sobre os estudos de recepção com uma pesquisa mais epistemológica, de três anos, que realizei com outro colega. Tentamos explorar algo que vou abordar um pouco mais adiante neste artigo, que se chama, na linguagem das mídias, de dupla articulação. Em outras palavras, nossa pesquisa está contextualizada pelas tradições de estudos sobre recepção e sobre os usos. Sobre a recepção, quando busca entender as interpretações das mensagens. E estudos sobre os usos, que tentam perceber a apropriação do objeto técnico. Na primeira tradição, sobre a recepção, interessa-nos mais o campo do simbólico. E na segunda tradição (usos), estamos mais ligados à apropriação do objeto técnico. Então, há uma dupla articulação entre o simbólico e o material.

Procuramos, de um ponto de vista epistemológico, criar uma imagem especular entre as imagens das expectativas dos espectadores e o sentido da apropriação do objeto técnico. É como se prefigurássemos o que ia acontecer com a *web* social, que ainda não tinha surgido. Publicamos alguns artigos sobre o que chamamos de emergência de novos sujeitos comunicantes. Eu gostaria de voltar a este

assunto, no meu próprio programa de pesquisa atualmente, se tivesse de refletir sobre uma epistemologia da comunicação no momento atual. Termino aqui minha própria trajetória explicitando a hipótese central derivada desse percurso: há uma emergência de um novo “sujeito comunicante” no contexto da convergência entre digitalização e mundialização. Voltarei a esse ponto.

### Contexto teórico

Vou abordar agora o lugar dos estudos de recepção na história das pesquisas em comunicação. Até os anos 40, no nível das pesquisas em comunicação temos uma visão unidimensional do público como massa, como uma massa homogênea, e, portanto, imagina-se que as mídias teriam efeitos diretos sobre este público. Foi nos anos 40 que surgiu a escola de Columbia, sob a liderança de Paul Lazarsfeld. Esta escola se insere em oposição, postula uma autonomia relativa do indivíduo, do receptor diante das mensagens da mídia.

Escrevi um artigo com um de meus alunos onde expli-co que existem três cristalizações teóricas acerca da escola de Columbia.

A primeira cristalização teórica se deu em torno do modelo teórico de “duas etapas”, onde a comunicação se daria em duas etapas, em que há líderes de opinião que filtram as mensagens provenientes da mídia, e estes líderes podem, assim, conduzir os “seguidores”. É interessante que este modelo, já muito antigo, pode ser retomado nas reflexões sobre as mídias e sobre o Twitter.

A segunda cristalização teórica foram as correntes de usos e gratificações. Os pesquisadores de Columbia se debruçaram sobre o que eles já tinham feito e fizeram uma autocrítica, dando-se conta de que talvez fossem muito “mídia-centrados” e talvez deveriam se interessar mais “pelo que as pessoas fazem com as mídias”, e não “pelo que as mídias fazem para as pessoas”. Na minha obra *Sociologia da Comunicação* (Breton e Proulx, 2006), falo dessa corrente. A partir dessa corrente surgiram outras correntes de estudos, porque, digamos, se percebeu que a corrente de usos e gratificações era muito limitada e permanecia na superfície. Mesmo interessando-se pelo que as pessoas faziam com as mídias, não se estava ainda abrindo a caixa-preta midiática.

Com os estudos de recepção, passamos a nos interessar mais pela interpretação dos conteúdos por parte dos indivíduos que se constituem como comunidade interpretativa e que vão buscar dentro da sua comunidade materiais para ajudá-los a interpretar as mensagens (sugerindo um retorno a Gabriel Tarde: a mídia oferece um cardápio para as conversações privadas).

Aqui é importante falar da tradição mais crítica, pois é importante observar que os estudos de recepção surgiram

tanto na tradição positivista da escola de Columbia, quanto na tradição crítica. Podemos afirmar que foi principalmente na crítica. Aqui, o marco são os trabalhos da escola de Frankfurt, que propõem uma crítica da cultura de massa. A cultura de massa é vista como mecanismo de alienação ideológica, própria do capitalismo.

Até os anos 70, as análises críticas se voltaram muito mais para o polo dos emissores. Fala-se, então, de concentração econômica das mídias. Fala-se da dominação das indústrias culturais, análises ideológicas do discurso midiático. Porém, o polo da recepção vai permanecer relativamente ignorado. É claro que temos aí uma visão um pouco caricaturada. Se nos aprofundarmos, vamos ver que Adorno tinha preocupações relacionadas com uma história do telespectador, mas ele nunca teve tempo para desenvolver realmente isso.

Paralelamente, nos anos 60 surgiram os centros de estudos culturais de Birmingham na Inglaterra, mas só entre 1973 e 1975 Stuart Hall, o líder dessa tradição de Birmingham, iria abalar essa tradição crítica dizendo que, na verdade, a análise da função ideológica das mídias passa, também, por uma consideração das práticas de recepção. Isso porque, até então, a questão da função ideológica tinha sido tratada ora por estudos sobre as salas de redação, sobre os jornalistas, ora por estudos de conteúdo dos produtos de mídia, sendo deixado de lado o polo da recepção. Stuart Hall nos propôs, então, em 1973, um modelo de codificação e decodificação para a análise das mídias. Ele nos diz que se quisermos, realmente, pensar a função ideológica das mídias, precisamos descrever os processos de codificação no ponto de produção, ao mesmo tempo em que devemos pensar, também, os processos de decodificação na recepção. Destaco que, na verdade, o que aconteceu é que, a partir de Birmingham, essa perspectiva iria se concentrar mais na decodificação, como se o modelo teórico de Stuart Hall não tivesse sido levado completamente em consideração.

Houve uma concentração na questão da decodificação, e foi David Morley, um sociólogo britânico, que, em 1978, iniciou a realização de pesquisa sobre a recepção proposta por Stuart Hall. Gostaria de encerrar aqui o que chamei de segundo capítulo, sobre o lugar dos estudos de recepção no conjunto da história dos estudos de comunicação, dizendo que falei de uma convergência de perspectivas. Veremos que existem tensões ideológicas e contradições, mas a escola de Columbia e a escola de Estudos Culturais estão no mesmo terreno. É bastante fascinante observar que duas escolas em situação de contradição epistemológica acabam dizendo a mesma coisa. Encontramos pesquisadores, nas duas escolas, que trabalham sobre a decodificação da série televisiva Dallas. É fascinante. Teríamos um livro para escrever sobre o tratamento diferenciado do mesmo *corpus* por pesquisadores opostos; talvez não um livro, mas pelo menos um artigo.

Gostaria de acrescentar aqui que, pessoalmente, conheço muito pouco esta terceira corrente: a que diz respeito à crítica literária, à cultura literária, à estética. Com essa corrente também vamos ver o desenvolvimento de toda uma corrente da estética da recepção. Eu diria que isso pode se conectar até chegar a Umberto Eco. Mas é realmente interessante observar que há, aí, uma matéria de convergência com o campo da literatura.

### As três gerações de pesquisa em recepção

Vou passar agora a falar da sociologia da recepção ou, pelo menos, dos estudos de recepção tal como foram desenvolvidos tanto no terreno das ciências humanas quanto das sociais, e mais especificamente no campo das ciências da informação e comunicação. Descreverei as três gerações de trabalhos sobre a recepção.

A primeira delas postula que os telespectadores têm uma competência em decodificação. Vou apresentar daqui a pouco esta primeira geração. A segunda geração é aquela que tenta entender os usos das mídias nos seus contextos da vida cotidiana. Essa segunda geração é crítica em relação à primeira. Tenta-se entender como se decodifica, mas o contexto também é muito importante, e é preciso descrever o contexto de uma forma etnográfica. E a terceira geração é mais construtivista, eu diria. Ou mais epistemológica. E põe em xeque certas categorias através das quais se pensou, até então, a recepção. E no quarto capítulo falarei da linha diretriz de minhas reflexões atuais, ou seja: será que não poderíamos imaginar uma quarta geração de pesquisas que abraçariam a questão da recepção?

A primeira geração se debruça sobre a questão da decodificação e da interpretação das mensagens. Apresento este modelo partindo de três desafios epistemológicos que foram definidos por Sonia Livingston, uma pesquisadora britânica importante nessa perspectiva.

O primeiro desafio epistemológico é distinguir entre o que as pessoas dizem e aquilo que elas fazem, distinguir as declarações das práticas. Lembro-me de que, por ocasião de uma das minhas pesquisas, uma das minhas observadoras estava fascinada pelo que, durante uma longa entrevista, o entrevistado havia dito a respeito do que chamamos em Quebec de telerromances, que aqui vocês chamam de telenovelas. Perguntou-se a esta pessoa: Você assiste aos telerromances? E a pessoa respondeu que não. Havia, então, uma questão de legitimidade. A pessoa dizia a si mesma: “Não é bom que eu assista a telenovelas”. Isso estava na mente dela, e então ela respondeu negativamente. Ela disse que assistia a programas mais sérios de informação, de interesse público, enfim. Como a entrevista foi muito longa, em dado momento a pessoa, espontaneamente, no momento de outra pergunta, acabou dando um exemplo de enredos das telenovelas. Ela estava muito a par do que esta-

va acontecendo nestas telenovelas. Observa-se que havia um hiato entre a declaração e a prática. Há realmente uma preocupação epistemológica nos estudos de recepção em distinguir e conseguir descrever as práticas. Trata-se realmente de um desafio.

O segundo desafio é perceber, em toda a sua complexidade, a relação entre o texto e o leitor. Este texto no fundo do texto significa que os estudos de recepção, principalmente nessa primeira geração, postulam uma interação entre a mensagem, aquilo que se vê, que é considerado como texto, e o telespectador, que é considerado o leitor. Esta foi uma contribuição dos Estudos Culturais para tentar definir os dois polos em termos de texto e leitor.

O terceiro desafio é articular a recepção com uma pragmática, não necessariamente no sentido filosófico, mas no sentido de uma pragmática da comunicação. É saber analisar aquilo que as mensagens recebidas induzem na vida cotidiana das pessoas. Isso parece ser muito interessante. Entender, não somente como uma pessoa interpreta o que ela vê, mas também o que ela faz com isto na sua vida cotidiana. O que ela faz com a telenovela na sua vida cotidiana? Será que isso implica, envolve certa moral na vida cotidiana? Existem princípios morais contidos em certos enredos das telenovelas que vão ter uma repercussão? Por exemplo, sobretudo nas conversas que esta pessoa pode ter com seus filhos? O último desafio é explicar a diversidade e distribuição das interpretações e das significações em relação aos grupos de pertencimento e de biografias específicas.

### Decodificação e interpretação de mensagens – primeira geração

Eu gostaria agora de aprofundar um pouco mais os trabalhos realizados pelos pesquisadores de Birmingham, apresentando o modelo de Stuart Hall e os trabalhos de David Morley.

O interessante no que diz respeito ao modelo de Stuart Hall é a distinção que ele estabelece entre três tipos de decodificação da mensagem. Há uma decodificação em termos de conformidade, outra em termos de negociação e outra em termos de oposição. No primeiro caso, na prática de conformidade, o sujeito interpretante se conforma com a decodificação dominante. Estamos aí numa figura de leitura prescrita, o que os americanos e ingleses chamam de *preferred reading*. Em outras palavras, no ponto da emissão, há uma intenção e se constrói uma mensagem que é enviada, e ela é a mesma mensagem que é recebida. Então há uma conformidade. Poderíamos dizer que há compreensão de um ponto de vista da teoria da comunicação.

A segunda prática é a da negociação. O sujeito interpretante negocia desvios em relação à codificação dominante e a adapta à sua significação. Vejamos um exemplo de emissão: Um programa de televisão nos apresenta um conflito

entre patrões e sindicatos, e há algo implícito na mensagem, que é o fato de que os patrões conseguiram se esforçar e resolver o problema. E, no ponto de recepção, o sujeito interpretante não vê as coisas assim e acha que os patrões precisam ainda avançar. Há uma negociação; ele compreende a mensagem, mas, talvez em função das suas convicções, vê outra coisa. Há realmente aí uma negociação.

No último caso, na prática de oposição, o sujeito interpretante opõe o seu próprio código à codificação dominante. Ele não compartilha absolutamente desse código. Um exemplo, evidentemente radical: estamos no Afeganistão numa barraca, há uma televisão ligada, e é a série Dallas que está passando na televisão. E o talibã está assistindo a este programa. E diz: “Bom, aí está a grande burguesia americana que se apresenta neste programa. É por isso que devemos abater a civilização ocidental”. Observem que é outro código, ao passo que a mensagem do programa Dallas era ligada ao fato de que até mesmo os ricos têm problemas. Mas a decodificação, neste caso, é totalmente feita a partir de outro código, a partir de outro registro.

Agora, nos direcionamos ao trabalho de David Morley: ele realiza o programa de pesquisa proposto por Stuart Hall e trabalha sobre um programa de entretenimento chamado *Nationwide*. É um programa que trata de temas que estão na agenda pública, mas de uma forma de entretenimento da televisão BBC. E vai privilegiar um programa especial sobre o orçamento britânico. A pesquisa vai tratar do programa especificamente. Ele considera a hipótese de que a inscrição social, em termos de nível de escolaridade, de tipo de emprego dos telespectadores, explica o seu modo de construção dos significados. Eles vão escolher, então, os tipos de decodificação dos quais falei, em função da sua origem. Esta é a hipótese dele. De um ponto de vista metodológico, ele vai trabalhar sobre a organização semiótica da mensagem. Ele tenta observar do que se trata.

É interessante observar que desde o início, em 1978, a equipe de Birmingham tem uma preocupação em relação à categoria da hegemonia. Em vez de se perguntar o que diz o programa, os pesquisadores se perguntam sobre aquilo que o programa não precisa dizer, aquilo que é tomado como óbvio; a ideia de algo tomado como evidente é uma ideia fundamental para entender a hegemonia.

Quanto à primeira etapa, a metodologia da equipe de Morley consiste em tentar entender do que se trata, e esta é a chave com a qual eles vão poder definir o *preferred reading*. Se refletirmos a partir daí, vemos um paradoxo. Porque, no fundo, com que direito a equipe de Morley pode dizer que isto ou aquilo é o *preferred reading*? Sempre há a possibilidade de ver outra leitura. Em outras palavras, o pesquisador é também um sujeito interpretante. Então, temos aí uma questão epistemológica.

Em suma, para retomar a metodologia de Morley, numa primeira etapa eu tento entender o que está na mensagem.

Na segunda etapa, passa-se a imagem a diferentes grupos, eu vou mostrá-la a estes grupos. O modo como estes grupos são constituídos nessa definição é um pouco fantasioso. Esta é uma crítica que é feita aos trabalhos de Morley: não é muito sistemático. Em suas rotinas de pesquisas, vão buscar isso do lado dos estudantes, de pessoas que eles conhecem nos sindicatos e constituem determinados grupos. Vou apresentar, daqui a pouco, alguns detalhes destes grupos. Ele tenta saber se estes diferentes grupos desenvolvem práticas diferentes em termos de conformidade, negociação ou oposição.

O que constatamos, por exemplo, é que um grupo formado por executivos de empresas constrói leituras em termos de práticas de conformidade. Outro grupo, constituído por estudantes da área da educação ou estudantes de artes, vai construir práticas em termos de negociação. Já o grupo proveniente dos sindicatos vai produzir leituras em termos de oposição ou de negociação. E, por fim, um último grupo formado por estudantes negros, do nível pré-universitário, não se reconheceu no discurso; eles não conseguiram e ficaram indiferentes a este discurso.

As conclusões de Morley em 1980 o levaram a dizer que as práticas de decodificação não podem corresponder realmente, de uma forma simples, a posturas socioeconômicas porque indivíduos de um mesmo grupo socioeconômico vão desenvolver leituras diferentes. Então, temos aí uma não confirmação das hipóteses.

Em 2004, um sociólogo particularmente voltado para as estatísticas decidiu realizar uma releitura dos estudos de Morley e desconstruiu completamente todos os materiais para reconstruí-los em termos de categorias estatísticas. Ele fez um trabalho estatístico que foi apresentado num artigo que está publicado na revista *Cultural Studies* de 2004. Conseguiu encontrar maior coerência, confirmando, portanto, mais as hipóteses de Morley do que ele próprio confirmou. A título de exemplo, ele diz que os telespectadores que provêm da classe média produzem leituras em termos de negociação e que os telespectadores provenientes de classes operárias produzem tanto práticas de conformidade quanto práticas de oposição. Observem, então, o desvio.

Passo agora aos trabalhos realizados mais na linha da escola de Columbia. Na linha de Columbia, a estratégia metodológica (Liebes e Katz, 1993) foi a seguinte: constituíram pequenos grupos formados por um casal, ou marido e mulher, e um casal de amigos. O observador ia até a casa destes casais. Então havia cinco pessoas: os dois casais mais o observador. Eles assistiam à televisão através de videocassete, ao programa Dallas, e depois o observador fazia uma longa entrevista com as quatro pessoas para saber como elas resumiam o que tinham visto. Estas famílias pertenciam a grupos que foram divididos de uma forma um pouco fantasiosa, mas é interessante observar os resultados.

Os resultados destacam três maneiras de resumir: uma maneira linear, uma maneira segmentada e uma maneira temática. Resumir de forma linear nos insere na prática de conformidade: vamos buscar os estereótipos que são propostos, e se resume o episódio de uma forma bastante semelhante àquela que os produtores desejaram apresentar. No grupo de árabes e marroquinos identificamos esse modo. O segundo modo de resumir, o modo segmentado, foi usado por pessoas mais familiarizadas com a série, com os personagens, que resumem, então, concentrando-se em determinadas personagens, chegando até a antecipar a narrativa dizendo que pensam que um vai casar com o outro, coisas assim. Esses são os norte-americanos da Califórnia e residentes em *kibutzim*. E o terceiro tipo de resumo, o temático, nos apresenta uma leitura maior em termos de crítica ideológica, e aqui eu diria que esta se aproxima mais da prática opostora. Esses são os russos.

Dentro desta primeira geração de pesquisa vou abordar agora a perspectiva conhecida como texto-leitor. Nessa, é interessante abordar os trabalhos de Daniel Dayan, que fez uma explicitação do que chamamos de modelo texto-leitor. Ele anuncia alguns postulados que estariam presentes neste modelo texto-leitor.

O primeiro deles é que o sentido de um texto não faz parte integrante do texto. Isso diverge da semiótica. Seria interessante, então, estabelecer um diálogo para vermos se a semiologia considera que o sentido do texto é realmente parte integrante do texto ou se há fragmentos de sentido que são externos ao texto. Nos estudos de recepção, considera-se que o sentido de um texto não faz parte integrante de um texto. O segundo postulado é a recusa de uma análise exclusivamente textual que passa pelo abandono de todo e qualquer modelo de interpretação que seja privilegiado pelo analista. Portanto, as estruturas do texto são apenas virtuais, no sentido de que podem se atualizar nos leitores. Então, o texto é ativado por um leitor, e é desta forma que podemos falar de interpretação. O terceiro postulado é o de que não há mais razão para que uma mensagem seja automaticamente decodificada do modo como foi codificada. Quarto postulado: o espectador pode não só retirar do texto interpretações inesperadas para o analista, mas ele pode ainda resistir à pressão ideológica exercida pelo texto, rejeitando ou subvertendo os significados propostos pelo texto. É simplesmente uma consequência do que apresentei anteriormente. O quinto postulado é o de que a recepção se constrói num contexto que é caracterizado pela existência de comunidades interpretativas. Uma comunidade interpretativa está ligada ao fato de compartilhar visões de mundo e valores com outras pessoas, com as quais nos identificamos, e que nos fornecem apoios cognitivos que nos dão suportes para que possamos desenvolver uma interpretação. O sexto postulado se refere à recepção como um momento em que as significações do texto se constituem pelos membros de um público; são estas significa-

ções, e não o texto em si, e muito menos as intenções dos autores, que servem de pontos de partida para as cadeias causais que conduzem aos diferentes tipos de efeitos atribuídos à televisão.

Resumindo esta fase, um tanto longa, eu diria que é o trabalho de interpretação da mensagem que vai ter de ser levado em consideração quando se reflete sobre a influência das mídias. Aí se trata de questões epistemológicas, pois isso significa que se nos concertarmos em fazer uma análise dos conteúdos da mensagem, não podemos daí induzir uma certeza quanto à influência. Se quisermos trabalhar sobre a influência da mídia, devemos também levar em conta o processo de recepção.

### Segunda geração: abordagens etnográficas

A segunda geração de trabalhos sobre a recepção, a que diz respeito às abordagens etnográficas, está relacionada ao fato de que alguns pesquisadores perceberam que os trabalhos da primeira geração tinham seus limites. Descrevi anteriormente o modo de trabalhar de Morley, o modo como fazia com que as pessoas assistissem a um programa. Ele convocava os grupos de telespectadores, e o fazia na universidade no sábado de manhã. Então, as pessoas iam à universidade no sábado de manhã para assistir a documentos audiovisuais. Já com Katz, elas assistiam a um videocassete; então observamos aí um lado artificial, pois é um dispositivo afastado das condições reais da recepção. A partir da constatação destes limites, os pesquisadores que iniciaram esta segunda geração pensaram que era preciso, ao contrário, fazer um trabalho de descrição minuciosa, etnográfica, dos processos reais de recepção.

Michel de Certeau foi um precursor destes estudos. Ele se tornou, rapidamente, uma referência para os pesquisadores que desenvolveram esta geração de pesquisa, em termos de etnografia, porque se interessou pela criatividade de pessoas comuns, reconheceu os usuários. Ele chama estes usuários de praticantes.

Como, então, os praticantes inventam, de uma maneira próxima, astúcias, improvisações? E Michel de Certeau é um imenso pensador, um historiador, psicanalista, teólogo, e se interessou pela comunicação de uma forma secundária para ele, mas para nós isso é o principal. Ele refletiu, escreveu algumas páginas sobre a televisão, em que se pergunta o que o consumidor cultural fabrica com todo esse material simbólico que é fornecido pelas mídias. Observamos que é um modo, para ele, de evidenciar o fato de que os usuários comuns desenvolvem uma verdadeira criatividade cultural. Ele reconhece que o usuário comum pode ser um criador cultural. Não é simplesmente o receptáculo passivo de uma metralhadora midiática ou de um bombardeio midiático. Ele introduz a distinção entre tática e estratégia. Mas não é a distinção habitual encontrada nos tratados

militares, onde a tática é simplesmente um subconjunto da estratégia – alguém tem uma estratégia e desenvolve táticas que ilustram, que fazem funcionar a estratégia. Para Michel de Certeau, a tática se opõe à estratégia, diz respeito aos usuários comuns, aos consumidores. As táticas de desvio, de improvisação e de astúcias são, todas elas, táticas que os pequenos não realizam, não adotam, para tentarem manter certo poder em relação às estratégias dos grandes atores industriais. Essas estratégias controlam as mídias. Observamos que toda essa antropologia cultural que nos é proposta por Michel de Certeau vai ser uma fonte teórica para aqueles que trabalham com as abordagens etnográficas na recepção.

Passemos agora a esta corrente das abordagens etnográficas e à descrição do que chamamos de recepção secundária. Essa é uma situação de recepção na qual não estamos em interação direta com a fonte midiática. Eu não estou em interação com a “telinha”, mas estou no escritório, na frente da cafeteria, no ônibus, no restaurante, e o objeto da minha conversa é o programa de televisão a que eu assisti na véspera. Então aí temos uma recepção secundária. Estamos aí diante de uma atividade de interpretação da mensagem através de conversas que não estão mais no seu sítio originário de recepção da mensagem.

O que é muito interessante, no artigo de Dominique Boullier (2004), é o fato de que ele se interessa pelas conversas entre as pessoas, que se desenvolvem em locais diferentes. Ele nos apresenta um caso em que fala da produção de uma opinião pública local. Um exemplo: estamos no escritório e as pessoas estão conversando de manhã sobre o programa a que assistiram na véspera. Todas assistiram ao programa na véspera sobre cirurgia plástica. E, no início, começam conversas, inofensivas, sobre o programa, e, aos poucos, nesta conversa surge a questão do lugar da beleza na sociedade. A gente vê, então, que se partiu do fato de que alguém desejou uma cirurgia plástica para modificar o nariz, e, na realidade, a pergunta é: isso realmente é útil? Mas depois se começa a refletir sobre o lugar que a beleza ocupa na sociedade. Podemos observar que há um aumento global de argumentos e produção de opinião pública local.

Um último elemento que ilustra as abordagens etnográficas está nos trabalhos sobre os usos familiares da televisão. Nestes trabalhos foram feitas descrições minuciosas do contexto familiar e doméstico a partir de observações e entrevistas, e observamos que o contexto familiar destas situações de recepção é bastante complexo. Certas atividades são da ordem da vida doméstica comum. Outros elementos estão ligados à relação com os vizinhos, rituais são adotados na família. Muitas vezes, a refeição é um ritual, e toda uma reflexão foi realizada sobre a refeição como ritual e o lugar da televisão nessas relações. Há famílias que desligam a televisão para reservar um espaço para o ritual da refeição, e outras famílias são invadidas pela televisão

durante as refeições. Vemos, então, uma grande diversidade de práticas de recepção no espaço doméstico.

Um terceiro ponto diz respeito aos trabalhos que foram realizados sobre o *zapping*. Não podemos imaginar a televisão sem zapear. Eu diria que o *zapping* nos remete a um modo de receber a televisão que não está mais orientado para programas específicos. É simplesmente a ideia de estar conectado ao fluxo das imagens. Eu me conecto ao fluxo das imagens passando de uma a outra, e, a rigor, poderíamos dizer que há a recepção de uma espécie de programa global. Uma noite à frente da televisão não significa: eu assisti a um primeiro programa, depois a outro. Hoje o telespectador é telespectador de um programa televisivo global. Não há nenhum programa idêntico ao outro. Cada um, cada indivíduo, constrói o seu programa global a partir das suas práticas de escolha, de seleção e de *zapping*. Aqui eu termino a apresentação da segunda geração de trabalhos.

### Terceira geração – enfoques construtivistas

Vou continuar, então, com a terceira geração de trabalhos sobre recepção, que chamo de orientações construtivistas. Também poderíamos falar de orientações reflexivas. Os pesquisadores que já tinham realizado trabalhos sobre recepção procedem, a partir dos anos 90, a uma reflexão sobre as categorias com as quais eles pensaram a recepção. Uma das categorias que é apresentada e criticada é a categoria de público. O que é um público, então?

Remeto a um colega de pesquisa: Dayan (1990). Desse texto, gostaria apenas de assinalar que, quanto à figura do público, cada um dos membros dele tem consciência de fazer parte de um público. Há uma consciência reflexiva de parte dos membros de um público. Evidentemente, a imagem que me vem de um público é a de um público de teatro. As pessoas no teatro estão sentadas lado a lado, reagem juntas, e percebemos que nós rimos e os outros não riem, ou vice-versa.

Ao contrário, a audiência corresponde mais, de acordo com a expressão de Daniel Dayan, ao mundo de ficções estatísticas. Eu uso a palavra audiência quando falo em mensuração do que em Quebec chamamos de código de escuta. O que vemos é um retrato instantâneo num momento determinado em que se constata que há tantas, milhares de pessoas que ligaram a sua televisão, mas não sabemos mais do que isso. Por isso, não podemos falar, realmente, de público. Podemos falar, sim, então, de uma ficção estatística. Há toda uma reflexão sobre o que seja um público de televisão. É este o sentido do texto de Daniel Dayan, esta questão sobre o que é um público de televisão. Será que estamos lidando com ilusões de um público?

Estas orientações construtivistas também se interessaram pela necessidade de ampliar as problemáticas da

recepção, principalmente articulando-as com os estudos de produção. Os estudos de produção, originariamente, todos aqueles estudos relativos a salas de redação de jornalistas, vieram antes desses estudos de produção, mas eu me dei conta de que, há alguns anos, existe uma nova corrente que está instituindo o que se chama de *Public Studies*. Seria interessante articular os *Reception Studies* com os *Public Studies*. Temos, então, orientações construtivistas numa reflexão que postula que os públicos de televisão não existem, *a priori*.

Portanto, o interessante é buscar os processos de identificação intersubjetiva dos membros da audiência. Em outras palavras, eu diria que aqui estamos no âmbito do mundo de telespectadores. E podemos nos perguntar o que constitui o público no mundo dos telespectadores.

A última reflexão sobre as orientações construtivistas é a da importância a ser atribuída à noção de intertextualidade. Uma determinada emissão ou programa se torna um referencial para interpretar outros programas ou outras emissões. Quando completei meu quadro anteriormente com a noção de programa televisivo global, temos essa ideia de que hoje estamos assistindo menos a programas específicos e mais a superprogramas globais. Estamos, então, conectados com um fluxo visual, e as codificações intertextuais parecem ser importantes neste contexto em que os processos de intertextualidade desempenham um papel primordial na ideia de conexão com o fluxo global de imagem.

### Rumo à quarta geração?

Abordo agora a questão: será que estamos diante da emergência de uma quarta geração de trabalhos sobre recepção? Ou seja, o que estão se tornando os estudos de recepção em tempos de *web* social e em tempos de um crescimento da comunicação entre pares em detrimento da comunicação de massa?

Manuel Castells escreveu um artigo sobre isso no jornal *Le Monde*. Ele afirma que as mídias sociais dão a oportunidade de vermos surgir um novo tipo de mídia, que ele chama de mídia pessoal de comunicação de massa. A partir de casa, ou simplesmente a partir de um *smartphone*, nós podemos emitir mensagens que vão ter uma difusão global. Há todo um novo contexto para refletirmos sobre o poder da comunicação. Como se transformam, neste contexto, as noções de público e audiência? Será que são comunidades de usuários, será que poderíamos falar de público em rede? Há uma reflexão sobre o público dos *blogs*. Qual é o público dos *blogs*? Parece que a maioria – vi alguns estudos sobre isso – tem como público o próprio blogueiro. Evidentemente existem *blogs* muito populares, mas a maioria não consegue encontrar um público. Há trabalhos muito interessantes a serem realizados sobre o público dos *blogs*.

Assistimos, então, a uma transformação da escuta da televisão, a um dismantelamento das fronteiras entre vida privada e vida pública. Fui convidado, no mês de outubro de 2012, a participar de um seminário acerca de crianças mutantes, uma reflexão sobre como o mundo das crianças se transforma em tempos de *web* social. E, nesta oportunidade, eu queria aprofundar uma reflexão que foi apresentada por pesquisadores britânicos a respeito da ideia de que a *internet* introduz o mundo público no mundo das crianças. Historicamente, a criança ou a infância sempre foi descrita como tendo sido circunscrita ao espaço doméstico. E agora, com a *internet*, que está presente dentro do quarto das crianças, o mundo externo vai penetrar no universo da criança. Então percebemos como se dismantela a fronteira entre vida privada e vida pública. Nós nos vemos diante de uma multiplicidade de fontes de telas numa confusão de gêneros sobre o que é publicidade, o que é informação pública, o que é comunicação, numa convergência entre o conteúdo das antigas mídias e os novos dispositivos interativos digitais, que nos permitem remixar antigas mídias com elementos de criação inovadora. Vemos, então, uma multiplicação das telas. A tela está cada vez mais presente: do telefone celular ao computador. A tela da televisão está em todas as nossas atividades diárias, agora transpostas nas telas diversas e, ao mesmo tempo, em interação com o que está acontecendo. Estamos diante de uma hibridação dos nossos modos de difusão, distribuição e de comunicação.

Passamos das audiências de massa às comunidades de interesse que reúnem coletivos de usuários, comunidades epistêmicas e comunidades de amadores. E há também uma demanda da indústria por novas perspectivas de pesquisa; a indústria solicita aos pesquisadores em comunicação que elaborem estratégias mistas, audaciosas e inovadoras. A noção de metodologia mista é uma noção que está sendo retomada na América do Norte. Trata-se de se desenvolver metodologias que combinem a parte quantitativa e a parte qualitativa desses estudos.

Nesse sentido, finalizo com a pergunta: os estudos de recepção têm futuro? Estamos assistindo a uma espécie de esgotamento dos estudos de recepção em sua forma convencional, seja em relação aos trabalhos sobre a decodificação, seja sobre a etnografia. Há outro limite dos estudos de recepção clássicos que diz respeito ao fato de talvez serem muito dependentes de modelos teóricos da comunicação que foram modelos canônicos, com emissor, mensagem e receptor. Por definição, se falamos sobre recepção, é porque postulamos estes polos. Talvez haja necessidade de superar epistemologicamente essa visão do modelo teórico da comunicação.

Especificamente, a audiência e a recepção são ainda objetos legítimos e pertinentes de pesquisa, neste contexto de transformação dos usos e dos públicos? Se tomarmos mais a vertente positivista, observamos a emergência de

usos e práticas improváveis, todas as práticas de fãs, de remixagens, mas ao mesmo tempo nos deparamos com extrema dificuldade prática para descrever e absorver adequadamente as práticas dos internautas; são efêmeras, espontâneas, inesperadas, mas que deixam rastros. Deparamos-nos com problemáticas de hipertextualidade, multimodalidade, intertextualidade. Uma problemática em que temos uma fusão entre o polo da produção e o polo da recepção, onde há a figura do usuário produtor, que, muitas vezes, produz seu próprio conteúdo.

Estamos diante de “interatores”, não mais usuários passivos, e sim usuários que selecionam, orientam, recebem, interpretam, remixam, criam, transmitem mensagens. Estas tecnologias interativas definem a atividade de criação de conteúdos pelos usuários como elemento central de um novo ambiente informacional. Eu diria que se fizermos um balanço dos estudos de recepção, verificaremos que há certas categorias que foram utilizadas nesses estudos e que são pertinentes para desenvolvermos novos modelos metodológicos de pesquisas sobre a *web*. Estou pensando aqui em categorias como seleção, preferência, leitura prescrita, negociação, desvio, intertextualidade, interatividade, chegando até mesmo a falar de práticas de fãs. A *web* social situa as atividades de criação e interpretação no centro das práticas e dos usuários; mais do que nunca, os “interatores” orientam e constroem sua própria cultura midiática.

No programa de pesquisa em que trabalho, a questão da contribuição no mundo digital é o que me interessa, particularmente. Penso que há ideias interessantes a serem perseguidas se quisermos tentar refletir sobre os estudos de recepção:

a) Em primeiro lugar, acho que precisamos reconsiderar o modelo texto-leitor, a observação das práticas de interação dos internautas com as páginas dos *sites*, e é isso nos leva a superar a simples interação internauta e página *web*. Ou seja, devemos ir além disso, interação internauta/página, avançando em direção à ideia de pragmática sobre a qual falei. Não podemos nos interessar simplesmente pelo modo como os indivíduos interagem com os conteúdos, mas também o que eles fazem com estes conteúdos na sua vida cotidiana ou na sua vida pública.

b) A segunda ideia são todas as imposições, as restrições postas pelas interfaces que limitam e orientam as estratégias de interpretação dos internautas. Há um trabalho inteiro a ser realizado para tentarmos desconstruir aquilo que constitui as interfaces; ou seja, entrar nas entranhas das interfaces, aprofundar, ir buscar os algoritmos, os códigos informáticos, os *softwares*. Acho que é um trabalho que requer a colaboração não só de sociólogos e especia-

listas em comunicação, mas também de especialistas do mundo da informática e, a rigor, a participação de matemáticos. Acho que precisamos de equipes interdisciplinares para trabalhar nas entranhas da *web* social.

c) Outra ideia é sobre a dupla articulação, a junção necessária entre modelos de análise que provêm da tradição dos estudos de uso e modelos de análise que provêm da tradição de estudos de recepção. Quanto aos estudos de uso, refletimos muito em termos de apropriação do objeto técnico, estamos mais do lado do caráter material do objeto técnico. Quanto aos estudos de recepção, nós valorizamos a questão da interpretação e da produção de significação, portanto a questão do universo simbólico. Acho que precisamos trabalhar para articular o material e o simbólico. E acho que este é um caminho interessante para desenvolvermos novos modos de estudar a recepção no futuro.

d) Considero que devemos, também, continuar com o trabalho de desconstrução das categorias a partir das quais pensamos a figura do público, mas também desconstruir as categorias a partir das quais pensamos a questão da recepção. Caminhos interessantes podem ser buscados na construção de abordagens híbridas que tomam de empréstimo proposições de várias tradições de estudos. Falei em combinar estudos de recepção e estudos de usos; acho que também podemos combiná-los com estudos de política. Um exemplo: eu já realizei trabalhos nesse sentido para relacionar estudos de recepção com análises políticas da difusão e com controvérsias sobre a regulação e a governança de um novo ambiente midiático global.

## Referências

- BOULLIER, Dominique. 2004. La fabrique de l'opinion publique dans les conversations télé. *Réseaux*, La Découverte, 126(4):57-87.
- BRETON, Philippe; PROULX, Serge. 2006. *Sociologia da Comunicação*. Tradução Ana Paula Castellani. 2ª ed., São Paulo, Ed. Loyola.
- DAYAN, Daniel. 2000. Télévision: le presque-public. *Réseaux*, 18(100):427-456.
- KATZ, Elihu; LIEBES, Tamar. 1990. *The Export of Meaning: Cross-Cultural Readings of Dallas*. University of Pennsylvania, Annenberg School for Communication. (Departmental Papers [ASC]).
- LIVINGSTONE, Sonia. 1998. Relationships between Media and Audiences: Prospects for Audience Reception Studies. In: T. LIEBES, J. CURRAN, *Media, Ritual and Identity: Essays in Honor of Elihu Katz*. London, UK, Routledge, p. 237-255.
- PROULX, Serge; BELANGER, Danielle. 2003. La réception des messages. In: A.-M. GINGRAS (éd.), *La communication politique: état des savoirs, enjeux et perspectives*. Québec, PUQ, p. 215-255.