

A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero¹ (ou como sujar as mãos na cozinha da pesquisa empírica de recepção)

Veneza V. Mayora RONSINI²

***Resumo:** Este trabalho tem como objetivo avaliar a perspectiva das mediações a partir da sua aplicação na pesquisa empírica, problematizando a tese da recepção como apreensão do processo inteiro da comunicação. Em primeiro lugar, apresento a noção de mediação delineada por Jesús Martín-Barbero em *De los medios a las mediaciones*, subseqüentemente desenvolvida em outros trabalhos, até sua retomada em novas bases. Em segundo lugar, desenvolvo as mediações da ritualidade, da socialidade e da tecnicidade por considerá-las estreitamente ligadas à problemática da recepção.*

***Palavras-Chave:** Mediações. Recepção. Jesús Martín-Barbero.*

1. Introdução

Nesta reflexão, defendo, em primeiro lugar, que a perspectiva de Martín-Barbero é uma proposição para abarcar o processo de comunicação e não somente o processo de recepção³; em segundo lugar, que a pesquisa de recepção tangencia os processos produtivos da indústria cultural não se dedicando, teoricamente ou empiricamente, ao exame de suas rotinas, ideologias profissionais, produtos e práticas, embora não possa abdicar do estudo formal do texto midiático e, eventualmente, compile conclusões levantadas por outros pesquisadores acerca do gênero/texto em questão, das características industriais do processo produtivo, etc. “Sujar as mãos na cozinha empírica”⁴ é o que podemos fazer na recepção,

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Recepção, Usos e Consumo Midiáticos”, do XIX Encontro da Compós, na PUC-RJ, Rio de Janeiro, RJ, em junho de 2010.

² Doutora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: venezazar@gmail.com.

³ O que já foi apontado por Escosteguy e Jacks (2005, p. 108), porém consideramos que o equívoco a que elas se referem, qual seja, da incorporação da teoria de Barbero como uma teoria da recepção, origina-se da própria afirmação do autor sobre o caráter inclusivo da recepção: “parto do princípio de que a recepção não é somente uma etapa no interior do processo de comunicação, um momento separável, em termos de disciplina, metodologia, mas uma espécie de outro lugar, o de rever e repensar o processo inteiro da comunicação” (1995, p. 40).

⁴ A frase que também inspira parte do título deste artigo é uma referência à discussão de Bourdieu acerca do aristocratismo da Escola de Frankfurt (BOURDIEU e WACQUANT, 1992, p. 192-193).

tentando descobrir, na relação com nossos informantes, o sentido que se produz a partir da experiência cotidiana com os meios.

Neste sentido, o texto é um diálogo crítico com as formulações dos mapas das mediações de Martín-Barbero, destacando o que definimos como a totalidade possível para a recepção: o contexto social e cultural, o receptor e sua posição de classe, o texto midiático. Basicamente, a proposta que está sendo gestada a partir deste diálogo propõe a articulação de uma teoria social da modernidade periférica e sua desigualdade de classe e de teorias acerca do consumo/usos da mídia com uma metodologia para a pesquisa de recepção, a qual inclui a etnografia, o estudo de caso indiciário e o modelo codificação/decodificação.

A insistência no conceito de classe social, constante nos estudos que tenho desenvolvido (1995, 2004, 2008, 2009a e b), compartilha o pressuposto da sociologia da comunicação de massa segundo o qual o estudo da mídia é também o estudo da reprodução cultural e social, inscrevendo-se, portanto no debate acerca da divisão de classes, que desvela o princípio estrutural de todos os aspectos da vida no capitalismo (MURDOCK e GOLDING, 1997; CURRAN, 2006; MURDOCK, 2009).

O estudo de caso indiciário (BRAGA, 2008) se vale de técnicas de coleta mais objetivas que as da etnografia, método que apreende o que escapa ao metódico, pois se baseia na relação pessoal entre investigador e investigado. A etnografia crítica da recepção se caracteriza como: a) o conhecimento construído a partir da descrição do contexto espacial e temporal que determina a apropriação dos meios de comunicação, isto é, a apreensão do sentido possível que os atores sociais dão às práticas sociais e culturais produzidas na relação com os meios de comunicação tecnológicos; b) a etnografia é crítica porque visa revelar e compreender a reprodução social e não apenas a capacidade criativa das audiências em resistir à dominação.

Vale observar que, apesar da divisão existente entre a perspectiva do consumo, filiada à Néstor García Canclini, e a dos usos sociais, filiada à Martín-Barbero, os termos recepção e consumo são utilizados frequentemente como sinônimos para indicar o conjunto dos processos sociais de apropriação dos produtos da mídia. Mesmo que sejam perspectivas distintas, a designação “recepção” na América Latina, segundo Escosteguy e Jacks (2005, p. 106-107), pode ser aplicada como um termo amplo para englobar vertentes de estudos que tratam da relação dos meios de comunicação com as audiências.

Ambos demandam, no meu ponto de vista, a captação das práticas/formas culturais em fonte primária, vale dizer, um conhecimento oriundo do trabalho de campo prolongado com nossos informantes/interlocutores que se baseia na relação pessoal entre pesquisador e pesquisado. Como afirma García Canclini, combina-se o olhar telescópico das enquetes para o mapeamento geral do consumo e o olhar íntimo do trabalho de campo (1997, p.79). Mas à diferença dos estudos de recepção: a) existe aí uma pluralidade de textos e não um texto específico para ser decifrado; b) não há preocupação em considerar teoricamente as mediações que constituem o processo de dar sentido à mídia e tampouco os detalhes empíricos que envolvem o conhecimento do papel delas; c) o consumo é a interpretação que o investigador faz das práticas do investigado, isto é, do uso dos bens na rotina de quem usufrui deles e, em menor medida, se caracteriza pela dupla hermenêutica da recepção.

Voltando ao argumento principal, se desde Marx sabemos que as relações entre produção e consumo são mutuamente constitutivas, a dificuldade real que temos é pesquisar um lado e outro do processo para além da consciência teórica, visto que não basta afirmar o poder da esfera da produção ou o domínio dos receptores sobre esses bens na vida cotidiana: o foco na produção pressupõe um consumidor, mas normalmente não chega até ele; o foco na recepção pressupõe um produtor que produziu um texto sob certas condições de trabalho, mas não o alcança.

Para corroborar esse argumento, um paralelo pode ser feito com a análise da produção material realizada por Marx, a qual serve de inspiração a Johnson (1999 [1996]), du Gay et al. (1997) e Martín-Barbero (2003) para elaborar os respectivos circuitos da comunicação. O consumo, neste modelo, é determinado pela lógica política e econômica e Marx não se deteve na sua especificidade, chegando a dizer que “a troca determina os produtos que cada indivíduo reclama como parte que lhe foi designada pela distribuição” (1977, p. 207).

A investigação de Marx (1977) acerca das relações entre produção, consumo, distribuição e troca (momento no qual as mercadorias circulam como parte da circulação mais ampla do capital) seria o equivalente à: a) produção, consumo, regulação em du Gay et al. A tais termos, os autores acrescentam o processo cultural da identidade e representação, como pontos de partida para a análise (1997, p. 3); b) produção, textos, leituras, culturas vividas no circuito de cultura – produção e circulação de formas subjetivas - e de capital em Johnson (1999, p. 35); c) lógicas da produção e lógicas do consumo e da recepção, formatos industriais e matrizes culturais em Martín-Barbero (2003, p. 16), onde formatos e matrizes

seriam os “textos” produzidos com as lógicas da produção articuladas com as lógicas históricas e sociais.

Mesmo assim, a pretensão de totalidade advogada por Martín-Barbero e defendida por du Gay et al. (1997), Johnson (1999) e Escosteguy (2007; 2009) como parte de uma idéia de circuito merecem ser melhor caracterizadas: o que significa teoricamente e metodologicamente trabalhar com o circuito? Outro problema a ser enfrentando pelos modelos é de caráter epistemológico. Uma abordagem holística necessitaria de uma teoria geral da comunicação ou seria possível a partir de teorias parciais da produção (incluindo o texto) e do consumo? Se necessitar de uma teoria geral haveria que superar a tradicional divisão de enfoque acerca das relações entre estrutura social e modos de comunicação: de um lado, os que entendem que a estrutura social determina os modos de comunicação e as formas culturais; de outro, os que asseveram a preeminência das tecnologias na organização da estrutura social (MURDOCK e GOLDING, 1997, p. 13). Caso contrário, a partir de uma unificação de pressupostos dessas teorias parciais, bastaria o esforço, também heráldico, de congregar, por exemplo, a economia política para o exame da produção, com os estudos culturais de corte marxista?

Em estudos empíricos, na maior parte dos casos, a idéia de trabalhar com o circuito inteiro do processo comunicativo significa examinar parte do circuito e pressupor o que não foi examinado. A investigação de du Gay, Hall e outros pesquisadores sobre a produção, a textualização, o consumo e a regulação do walkman da Sony é um exemplo: os consumidores não falam, é uma interpretação e uma observação do analista sobre as apropriações e usos culturais de um artefato cultural pelo consumidor. Em um estudo teórico, a abordagem de um analista da cultura como Barbero é enfocar os processos produtivos da cultura e suas bases materiais, e, transversalmente, comentar as injunções deles com as relações sociais e culturais com base em exemplos empíricos que servem para comprovar aqueles.

A amplitude da análise de recepção se baseia na articulação e tensionamento entre situações de realidade e proposições abstratas prévias, na geração de proposições abstratas, no exame de questões comunicacionais relativas ao fenômeno em sociedade e, ao atender tais finalidades apontadas por Braga (2008, p. 77), pode evitar a mera confirmação de uma teoria “sobre um objeto” ou, o risco reverso a essa alternativa, a pura descrição empírica do caso singular (idem). O paradigma indiciário se caracteriza por: ter como objeto casos, situações e documentos individuais; oferecer instrumento para desvendar mecanismos de ocultação

ideológica e revelar fenômenos mais gerais através de indícios singulares (GINZBURG, p. 156-177).

Quais são os limites da recepção, quando tomada nestes termos? Ela poderá fornecer o ponto de vista circunstanciado dos receptores, a análise do texto/narrativa e a compreensão da relação entre meios tecnológicos e sujeitos nos termos da constituição de um conhecimento comunicacional indiciário (BRAGA, 2008). O contexto da recepção não é, nesta modalidade de pesquisa, presumido de abstrações acerca do papel da cultura na contemporaneidade, mas é descrito em detalhes e em diálogo com as teorias. É um modo de produzir teoria ou de desenvolver teorias já existentes através da fricção com a realidade. Afinal fazer ciência “consiste em fazer o que se faz, sabendo e dizendo que isto é tudo o que se pode fazer, enunciando os limites da validade do que se faz” (BOURDIEU, 1983, p. 44).

Sinteticamente, o argumento que apresento é o de que a proposição teórica de Barbero pode ser aplicada de um modo mais restrito, menos ambicioso no que diz respeito a sua amplitude empírica e teórica, podendo ser recortada para definir agendas investigativas diversas em direção à produção, ao exame das representações ou discursos formalizados no texto, à circulação das formas simbólicas no consumo e à apreensão do sentido na recepção. Assim como os circuitos do capital e de cultura de Johnson e o circuito da cultura de Hall são, para mim, modelos funcionais das relações entre os termos que podem ser aplicados para agendas investigativas diversificadas. O receptor pode ser capturado, com limites decorrentes do tipo de questionamento formulado, em cada uma dessas direções investigativas. O que não é possível é abrir mão da captura *in loco* da experiência, pois ela define o objeto e o método de pesquisa na recepção.

A defesa do recorte diz respeito à necessidade de teorias e metodologias específicas para apreender o processo de comunicação com foco em algum ou alguns de seus elementos sem que isso signifique desconsiderar teoricamente a questão do poder que perpassa todas as etapas do processo comunicativo, da produção ao consumo. Para analisar a recepção (nas condições materiais com que produzimos conhecimento), precisamos recortá-la, pois, do contrário, teríamos uma pesquisa sobre as potencialidades da relação entre produção/produto e recepção/consumo.

Tendo como base este argumento, retomo, aqui, em um primeiro momento, as características principais de cada uma das noções de mediação, apresentadas na última versão da sua proposta, publicada no Brasil no prefácio à quinta edição de *Dos meios às mediações*,

problematizando-a com a mais recente discussão do autor publicada em duas entrevistas concedidas à revista Fapesp (2009a) e à revista Matrizes (2009b). Em um segundo momento, proponho trabalhar com três das quatro noções de mediação propostas no prefácio, as quais estão intrinsecamente ligadas ao estudo de recepção: socialidade, ritualidade e tecnicidade.

2. A noção de mediação, de “mapa noturno” a modelo teórico

Penso que pode ser prematuro designar a proposta de Martín-Barbero como modelo teórico-metodológico, pois se trata de uma perspectiva teórica que vem sendo desenvolvida em termos de sua especificidade no tocante à sua operacionalidade na pesquisa empírica. Cada pesquisador escolhe, dentre os métodos já consagrados nas ciências sociais e humanas, quais deles serão adequados à bricolagem dos estudos culturais e suas estratégias qualitativas que servem à tentativa de capturar o fenômeno em seu cenário natural (DENZIN & LINCOLN, 1998, p.3).

Como veremos, o que o autor, em 1987, designa como “mapa noturno” para se referir à perspectiva das mediações se converte em um modelo teórico – a partir de *Ofício de Cartógrafo* – que inverte o olhar antes direcionado às mediações sociais e culturais dos meios de comunicação para olhar a cultura e as mediações a partir da comunicação.

Neste meio tempo, que se estende da publicação de *De los medios* (1987) até o prefácio à quinta edição da tradução deste livro pela editora da UFRJ (2003), Barbero foi retomando as noções de mediação de forma esparsa, em várias obras. Em nosso entendimento, a primeira proposta das mediações, formulada em termos de cotidianidade familiar, temporalidade social e competência cultural, estão imbricadas e podem ser absorvidas nas noções de ritualidade e de socialidade.

Em seu artigo *De los medios a las practicas*, Martín-Barbero (1990, p. 11-13) inspirado na teoria geral das práticas sociais de Bourdieu, sugere que os três lugares de mediação propostos em *De los medios a las mediaciones* sejam transformados em três dimensões – sociabilidade, ritualidade, tecnicidade – sem relacionar, entretanto, os termos cotidianidade familiar, temporalidade e competência cultural com as novas dimensões propostas.

Em coletânea organizada por Dênis de Moraes, Barbero (2006) descreve sua preocupação com as identidades e tecnicidades no ambiente informacional difuso e descentrado, cujo novo gerente é o computador, que permite o trabalho interativo com sons, imagens e textos escritos (hipertexto), organiza a produção do trabalho em novos moldes e

está no centro do processo de fabricação de identidades instáveis orquestradas pelo desenraizamento necessário à representação de uma diferença comercializável, estranha o bastante para não se tornar comum a vários grupos ou híbrida o suficiente para não gerar conflitos. Os novos regimes culturais da tecnicidade – “destempos” e “desmemórias”, desordens da razão e uma nova gramática narrativa (ibidem, p. 71-74) – estão relacionados à nova tecnicidade do computador ou aos textos eletrônicos. Ao tratar das ligações entre identidade e tecnicidade, emerge a questão das transformações da nossa percepção do tempo pelo uso dos aparatos técnicos, ligeiramente abordada em *De los medios* como temporalidade social, e da temática, recorrente ao longo de sua obra, da perda da centralidade da cultura letrada diante da cultura audiovisual.

Nas duas entrevistas antes mencionadas (2009a e b), o autor retoma a discussão, esclarece algumas questões e gera novos problemas para a sua utilização, pois, no esquema atual, são retiradas as “mediações sociais” (palavras do autor) da institucionalidade e da socialidade e no seu lugar entram, respectivamente, identidade e cognitividade. As mediações passam a ser transformação do tempo e do espaço a partir de dois grandes eixos, migrações e fluxos de imagens e, como consequência as duas mediações fundamentais para pensar o processo de mutação cultural são, para ele, a identidade e a tecnicidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a, p. 14).

Minha proposta não é substituir um modelo pelo outro, mas tentar articular os dois sem perder de vista as bases do modelo anterior que se assentava em lógicas da produção, lógicas da recepção, matrizes culturais e formatos industriais que são mais explanatórias do que as categorias tempos, espaços, migrações e fluxos (2009a, p. 12). Em meu entendimento, identidades e cognitividades podem ser noções embutidas tanto na mediação da socialidade quanto da ritualidade e o conceito de tecnicidade adquire um novo estatuto para além de mediar a relação entre as lógicas da produção e formatos industriais. Por sua centralidade na organização social, ela percorre o circuito inteiro, modelando a ritualidade, a socialidade e a institucionalidade, vale dizer, modela todas as relações porque se define como o estatuto social da técnica. Portanto, a tecnicidade pode ser compreendida em sentido estrito, como o aspecto textual, narrativo ou discursivo da mídia que funciona como organizador perceptivo.

Tomando como parâmetro o modelo apresentado em *Ofício de Cartógrafo* (2002) e, depois, retomado no prefácio da edição brasileira de *De los medios*, passamos a comentar as noções das mediações institucionalidade, tecnicidade, socialidade, ritualidade na tentativa de

desenvolvê-las integradamente às duas outras mediações, identidade e cognitividade, anunciadas por Barbero no recente mapa das mutações culturais. A respeito da cognitividade penso que dificilmente o conjunto de fatores, como valores, crenças e emoções que influem no processo de aquisição de conhecimentos ou informações pode ser visto separadamente da noção de identidade, assim como a noção de subjetividade entendida como o processo de constituição do eu. A categoria identidade, possivelmente, pode subsumir tais noções. A identidade, por sua vez, sendo constituída nas relações sociais não é tida como outra mediação, mas como resultado complexo das interações dos sujeitos na vida cotidiana.

Reafirmando sua crítica à compartimentalização disciplinar para o estudo do emissor, mensagem e receptor, o autor (1995, p. 44 e 53) discorre sobre três mediações para o sentido adquirido pela mídia: a temporalidade, as fragmentações sociais e culturais e as demandas sociais que passam pela recepção. Quase uma década depois da apresentação do “mapa noturno”, o autor retoma as mediações da temporalidade, das competências culturais e da cotidianidade, sua preocupação com o tempo lento dos fracos diante da velocidade dos hegemônicos, com as exclusões sociais e culturais que o acesso ao puro entretenimento dos canais abertos de televisão promove em contraposição às informações privilegiadas que os detentores de capital econômico e cultural possuem.

Além disso, neste mesmo texto da coletânea organizada por Mauro Wilton de Souza, Barbero nomeia “as chaves da trama conceitual da investigação da recepção na América Latina: (...) os estudos da vida cotidiana, os estudos sobre o consumo, os estudos sobre a estética e a semiótica da leitura e os estudos sobre a história social e cultural dos gêneros” (ibidem, p. 58). Cada uma dessas linhas de investigação vai abordar a negociação do sentido de modo a privilegiar a relação dos meios com o receptor e penso que nenhuma delas abarca o processo inteiro de comunicação (nem teoricamente, nem empiricamente).

Considerando a complexidade envolvida na relação entre comunicação, cultura e política e o protagonismo dos meios na “sociedade da informação”, em *Ofício de cartógrafo* (2002) o autor passa a falar em mediações comunicativas da cultura: institucionalidade, tecnicidade, socialidade e ritualidade. Essas mediações são ordenadas em dois eixos: um diacrônico, tensionando as Matrizes Culturais e os Formatos Industriais; e um sincrônico que relaciona as Lógicas de Produção com as Competências de Recepção e Consumo.

As relações entre as Matrizes Culturais e as Lógicas de Produção são mediadas por distintos regimes de institucionalidade. As relações entre as Matrizes Culturais e as

Competências de Recepção e Consumo estão mediadas por diversas formas de socialidade. Entre as Lógicas de Produção e os Formatos Industriais estão as tecnicidades e, finalmente, as ritualidades medeiam os Formatos Industriais e as Competências de Recepção/Consumo (MARTIN-BARBERO, 2002, p. 227). Neste esquema, as mediações empíricas são lógicas da produção, matrizes culturais, competências de recepção e formatos industriais e os distintos conceitos de mediação estão a ligar objetos, lugares, processos concretos.

Sinteticamente, nas lógicas da produção reside a preocupação com a organização das formas culturais em termos dos interesses de Estado e de mercado na regulação dos discursos pela técnica para atender às demandas da recepção e, ainda, com os interesses políticos e econômicos institucionalizados que incidem nas formas culturais. Em relação aos formatos industriais, observa-se um tratamento das formas simbólicas e sua transformação em discursos, gêneros e programas. Aqui, são identificadas as análises que se concentram nas características discursivas, narrativas ou textuais do produto cultural. Em se tratando das matrizes culturais, elas condensam a produção hegemônica de comunicação baseada no capital e nas transformações tecnológicas e sua cumplicidade com o imaginário subalterno. Além disso, no espaço das competências de recepção/consumo se encontram as práticas sociais que condicionam a produção de sentido.

Como desenvolvemos em outro lugar (WOTRICH, SILVA, RONSINI, 2009), as mediações podem ser caracterizadas como segue: a socialidade diz respeito às relações cotidianas nas quais se baseiam as diversas formas de interação dos sujeitos e a constituição de suas identidades. Ela conecta a tradição cultural com a forma como os receptores se relacionam com a cultura massiva. A ritualidade se refere aos diferentes usos sociais dos meios e aos diferentes trajetos de leitura. Esses últimos estão estreitamente associados à qualidade da educação, aos saberes constituídos em memória étnica, de classe ou de gênero, e aos costumes familiares de convivência com a cultura letrada, a oral ou a audiovisual. A institucionalidade está relacionada aos meios empregados para a produção de discursos públicos com a finalidade de atender às lógicas dos interesses privados. Por fim, a tecnicidade nos remete à construção de novas práticas através das diferentes linguagens midiáticas. Pensar em termos de tecnicidade significa um esforço em compreender a complexidade dos discursos (das relações de poder e do contexto histórico que os constituem). Além disso, a tecnicidade aponta para os modos como a tecnologia vai moldar a cultura e as práticas sociais.

A tecnicidade pode ser adotada em um sentido restrito como o emprego das técnicas de produção audiovisual na produção de um texto que modela tanto as práticas dos receptores como seus modos de representação do social; em um sentido expandido, como o estatuto social da técnica, aí demandando outro tipo de pesquisa, tal como a desenvolvida por Castells em *A sociedade em rede* (2000) na qual o autor constata o surgimento, no século XX, de uma nova fase de desenvolvimento do modo de produção capitalista baseada nas tecnologias de processamento da informação e de comunicação de símbolos.

Adotar a tecnicidade, a socialidade e a ritualidade como perspectiva de análise é assumir, parcialmente, as mediações comunicativas da cultura, deixando de lado a institucionalidade. Mas quais são, afinal, as mediações culturais da comunicação? E as mediações comunicativas da cultura? Para Barbero, só existem agora mediações comunicativas da cultura na medida em que o comunicativo está se transformando em protagonista da vida cultural e social de todas as pessoas (2009, p. 152-153). Mas, ao contrário do pensamento pós-moderno para o qual tudo é cultural, para Barbero o protagonismo do comunicativo não apaga os determinantes econômicos, geracionais, étnicos ou de gênero.

A socialidade e a ritualidade se constituem a partir dos processos midiáticos, enquanto a institucionalidade e tecnicidade dizem respeito ao aspecto técnico da conformação da cultura: no caso da institucionalidade, da própria cultura da mídia; no caso da tecnicidade, da cultura do nosso tempo, na medida em que ela está imbricada com a cultura produzida institucionalmente pelos conglomerados do setor de comunicações. As duas últimas se relacionam às características institucionais e técnicas dos meios de comunicação na modelagem dos formatos industriais e suas matrizes culturais tanto quanto nas injunções entre seus produtos e a estrutura social.

Não creio que seja possível avaliar com precisão a operacionalidade das várias tentativas do autor na elaboração do seu modelo das mediações. O que penso ser viável neste momento é conjugar, integrar as perspectivas, começando com *De los medios* até a atual proposição na qual as mediações fundamentais passam a ser identidade e tecnicidade (2009a, p. 14).

A pergunta agora é quais as transformações que os meios digitais introduzem nos modos de constituição das identidades fluidas e compósitas da globalização, começando pela televisão – e a quebra dos modelos tradicionais de autoridade para substituí-los pelas

celebridades do jornalismo, do esporte, do cinema, da ficção televisiva – e se expandindo com o uso das tecnologias digitais.

A ênfase da recepção reside na análise da constituição do cultural pelas mediações comunicativas. As mediações que atravessam a relação dos receptores com os meios não existem fora da relação com os meios: classes sociais, gênero, etnia, família, escola, grupos de amigos, indivíduos estão sendo modelados pela cultura da mídia. As mediações comunicativas na recepção são apreendidas através da análise dos textos midiáticos relevantes no cotidiano do receptor, abrangendo o exame do texto e dos usos, da sua circulação no espaço/tempo do receptor e da conformação deste espaço/tempo.

Com veremos a seguir, a tecnicidade, em um sentido restrito, diz respeito ao poder hegemônico do discurso e suas contradições internas que vão incidir em leituras distintas por parte dos receptores tanto pela inserção deles em estruturas sociais já dadas como pelo caráter intrínseco do discurso; a ritualidade, ao modo de ver e de ler os textos na relação direta com uma matriz textual e nos desdobramentos de leitura em outras mídias e contextos; a socialidade diz respeito às relações cotidianas – ao pertencimento de classe e ao papel das instituições como a família e a escola na constituição do ser jovem e na formação de valores que concorrem com os valores da mídia – e à identidade, aos modos de ser e de definir o que se é no embate entre o consumo de representações midiáticas e a experiência para além dos meios de comunicação.

3.Tecnicidade, ritualidade, socialidade

Começando pela mediação mais próxima das lógicas da produção, nesta proposta de trabalho a tecnicidade não diz respeito às gramáticas discursivas formuladas por práticas de enunciação, cujo conhecimento envolve o saber de um analista do discurso. Modestamente, trata-se de entender a destreza discursiva e seus operadores perceptivos na reprodução (ou contestação) da ideologia dominante, mediante o modelo encoding/decoding de Stuart Hall, reformulando-o para pensar o texto televisual e as decodificações dos receptores a partir das categorias dominante, negociado, opositivo, ao contrário do seu criador, que entende a mídia como lócus de significados dominantes. O hegemônico, para mim, significa a combinação entre codificações dominantes e negociadas, enquanto o opositivo caracteriza o contra-hegemônico. A tecnicidade traduz, em formato industrial (plano da forma e do conteúdo de um produto cultural dado), a competência comunicativa e a competitividade tecnológica das empresas de comunicação.

Uma das dimensões da tecnicidade instaurada pela mídia é a marcação temporal do ritmo das atividades prosaicas do cotidiano e da percepção do tempo como fluxo descontínuo, simultâneo e instantâneo (MARTÍN-BARBERO, 1998, p. 40-42). É a atualidade midiática que organiza as relações sociais nas sociedades complexas: no plano social, ela representa as condições de visibilidade e de apreensão do social pelos indivíduos; no plano da cultura, a instauração de uma cultura focada no presente; no plano individual, a possibilidade de pertencimento a uma cultura universal e a inclusão social (MARTINO, 2009, p. 2).

Os meios de comunicação como aparatos tecnoperceptivos, especialmente os meios audiovisuais, mobilizam-nos para a simultaneidade das tarefas, abolem o passado e o futuro na fabricação do império das novidades que necessitam ser consumidas com voracidade, instantaneamente, e resulta em uma vivência fragmentada e heterogênea tal como o ritmo das imagens nas telas da televisão e do computador. Portanto, a tecnicidade como organizador perceptivo é um processo deslocalizado que baliza a ritualidade, o momento de estar frente aos meios audiovisuais usufruindo dos seus produtos e se expande para além destes momentos, impregnando todas as consciências. Ela também diz respeito à simbolização de outras dimensões do espaço, afinal a ação antrópica da atual civilização material adquire uma dimensão inimaginável na medida em que as sociedades adotaram um modelo técnico único que busca a eficácia e o lucro para beneficiar empresas, Estados e classes hegemônicas (SANTOS, 1994, p. 18-19). Neste aspecto, ela corresponde ao que Martín-Barbero define como o estatuto social da técnica (2002, p. 232).

O recorte da tecnicidade na pesquisa de recepção etnográfica com vistas a entender o papel das representações na reprodução simbólica da realidade pode ser delimitado ao papel da técnica como organizador perceptivo. Para outros analistas, centrados nas lógicas da produção midiática, o enfoque será a tecnologia como organizadora do novo modo de produção capitalista no qual o paradigma econômico-tecnológico desenha os contornos de uma sociedade globalizada centrada no uso e aplicação da informação definindo suas características sociais.

A ritualidade permite pensar a modelagem dos ritmos que imprimimos ao viver cotidiano. Essa ritualidade, a que nós todos nos submetemos e ajudamos a criar, está vinculada ao triunfo da apresentação sobre a significação de modo que a simbolização do espaço (o lugar), a importância imediata dele em nossas vidas, é atravessada pela fantasia da

apresentação e, assim a ritualidade instituída pela técnica dificulta a interlocução ao nos oferecer a trama agendada para discussão e suas resoluções prévias. A marca desse ritual mediado pelos signos é a aceleração porque os signos estão a serviço do consumo.

Ao ritualidades cotidianas organizadas com base no uso dos meios técnicos comunicacionais contribuem igualmente para definir as identidades do receptor, definições (móveis e transitórias) de si mesmo e de pertencimento coletivo.

A socialidade ou sociabilidade concerne às relações sociais, ao indivíduo/sujeito e seus múltiplos pertencimentos identitários com base em referentes individuais, de gênero, etnia e geração que são estruturados a partir de uma posição de classe. A compreensão da socialidade exige uma formação teórica tão ampla que parece reforçar nosso argumento acerca da necessidade de teorias especializadas para entender o processo de recepção e, por conseguinte, a impossibilidade de capturar, teoricamente e empiricamente, o processo inteiro de comunicação.

Conclusões

O que defendo aqui é a apreensão da totalidade do fenômeno da recepção como parte de um projeto que pretende estudar as relações entre mídia, sociedade e cultura, avançando tanto nas relações culturais instauradas pelos meios técnicos como no entendimento das relações sociais mediadas pelos meios de comunicação. Se os modelos comunicativos pretendem entender a totalidade do processo, da produção à recepção, trabalhamos com a idéia de uma totalidade para a recepção, que consiste em considerar os textos, suas leituras e modos de vê-los para compreender, concretamente, a reprodução e a contestação do poder político e econômico (organizado no capitalismo pelo poder exercido pelas classes dominantes) a partir das relações sociais e culturais nas quais os receptores estão inseridos.

O foco na relação entre receptores e meios de comunicação não significa abandonar a questão política da mídia, pelo menos não para os estudos críticos de recepção, interessados em entender as representações midiáticas e suas apropriações como parte da luta política e cultural, ao contrário da tradição liberal dos estudos de recepção e sua celebração da autonomia do receptor.

Quem conhece melhor o rio: o hidrólogo ou o nadador? Retomo uma frase adotada por Clifford Geertz – ao sublinhar a importância da teoria circunstanciada, substantiva, que brota do exame de circunstâncias particulares, e cuja abstração é validada por sua capacidade de ordená-las e não por descartar essas particularidades (2001, p. 128-130) – para dizer da

possibilidade da combinação do universal e do local, da generalização e da particularização no estudo das audiências. Ao contrário de Geertz, penso que podemos extrair algum tipo de generalização do sentido particular que certas pessoas, em certos lugares e num dado momento dão ao mundo a partir da interação delas com os meios técnicos comunicacionais, desde que possamos compreender, a partir do campo, tanto os modos de insubordinação cultural como os modos de dominação cultural.

Uma função da análise cultural pela via das mediações é o entendimento dos processos hegemônicos não estritamente derivados do poder político e econômico dos setores dominantes ou do sincronismo do relato com o tempo vivido, mas da textura dos distintos modos diacrônicos de experimentar o tempo e o espaço. A análise específica da recepção olha o poder da esfera da produção atuando no momento da circulação dos produtos por ela gerados, pergunta sobre o circuito do sentido a partir da apropriação no consumo e alcança o grau de generalidade a partir de observações de micro escala que são remontadas teoricamente em uma análise interpretativa inclusiva, sem que isso signifique apreender o processo comunicativo como um todo.

Referências

- BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.
- BOURDIEU, Pierre and WACQUANT, Loïc. **An invitation to reflexive sociology**. Chicago: The University of Chicago Press, 1992.
- BRAGA, José Luiz. Comunicação, disciplina indiciária. **Matrizes**, ano 1, n. 2, p.73-88. 2008.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000, vol. I.
- CURRAN, James. Media and cultural theory in the age of market liberalism. In: CURRAN, James and MORLEY, David. **Media and cultural theory**. London: Routledge, 2006, p. 129-148.
- DENZIN, Norman K.; LINCOLN, Yvonna S. **The landscape of qualitative research. Theories and issues**. Sage: Thousand Oaks (CA, USA), 1998.
- Du GAY, Paul; NEGUS, Keith; HALL, Stuart; JANES, Linda; MACKAY, Hugh. **Doing Cultural Studies: the story of the Sony Walkman**. Londres: Sage, 1997.
- ESCOSTEGUY, Ana C. **Cartografias dos estudos culturais**. Belo Horizonte: Autentica, 2001.
- ESCOSTEGUY, Ana C.; JACKS, Nilda. **Comunicação e recepção**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.
- ESCOSTEGUY, Ana C. Circuitos de cultura/circuitos de comunicação: um protocolo analítico de integração da produção e da recepção. **Comunicação, mídia e consumo**, vol. 4, n. 11, p. 115 - 135, n o v. 2 0 0 7.
- _____. Quando a recepção já não alcança: os sentidos circulam entre a produção e a recepção. **E-compós**, v. 12, n. 1, jan./abr. 2009, p. 1-15.

- GEERTZ, Clifford. **Nova luz sobre a Antropologia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- GINZBURG, Carlo. **Mitos, emblemas e sinais**. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.
- JACKS, Nilda (coord); MENEZES, Daiane; PIEDRAS, Elisa. **Meios e audiências: a emergência dos estudos de recepção no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- JOHNSON, Richard. O que é, afinal, estudos culturais? In: SILVA, Tomas Tadeu da (org.). **O que é, afinal, estudos culturais?** Belo Horizonte: Autêntica, 1999.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **De los medios a las mediaciones**. Barcelona: Gustavo Gili, 1987.
- _____. De los medios a las practicas. In: **Cuadernos de comunicación y practicas sociales**, n. 1, p. 9-18, 1990.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús y MUÑOZ, Sonia. **Televisión y melodrama. Gêneros y lecturas de la telenovela en Colombia**. Bogotá: Tercer Mundo, 1992.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: Mauro Wilton de Souza. **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995, p. 39-68.
- _____. Experiencia audiovisual y desorden cultural. In: MARTÍN-BARBERO, Jesús y LÓPEZ de la ROCHE, Fábio (eds.) **Cultura, medios y sociedad**. Colombia: Ces/Universidad Nacional, 1998, p.27-64.
- _____. Recepción de medios y consumo cultural: travesías. In: SUNKEL, Guillermo. **El consumo cultural em América Latina**. Santafé de Bogotá: Convenio Andrés Bello, 1999, p. 2 – 25.
- _____. **Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación em la cultura**. México: Fondo de cultura económica, 2002.
- _____. Pistas para entre-ver meios e mediações. **Dos meios às mediações - Comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003. Prefácio à 5ª edição castelhana incluída na reimpressão.
- _____. A mudança na percepção da juventude: sociabilidades, tecnicidades e subjetividades entre os jovens. In: BORELLI, Silvia H. S; FREIRE FILHO, João. **Culturas juvenis no século XXI**. São Paulo : EDUC, 2008, p.9-32.
- _____. As formas mestiças da mídia. **Pesquisa FAPESP Online**, edição 163, p. 10-15, setembro 2009a. Entrevista concedida à Mariluce Moura.
- _____. Uma aventura epistemológica. **Matrizes**, v. 2, n. 2, p. 143-162, 2009b. Entrevista concedida à Maria Immacolata Vassalo de Lopes.
- _____. Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In: MORAES, Dênis (org.). **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006, p. 51-79.
- MARTINO, Luiz Cláudio. Tempo, essência dos meios de comunicação: a atualidade midiática. In: **Seminaire International: temporalités et communications**, Universidade de Bordeaux, Bordeaux, França, 12 e 13 de março de 2009.
- MARX, Karl. Introdução à crítica da economia política. In: MARX, Karl. **Contribuição à crítica da economia política**. São Paulo: Martins Fontes, 1977 [1857].
- MARX, Karl e ENGELS, Friedrich. **Manifesto Comunista**. São Paulo:Boitempo, 2005.
- MURDOCK, Graham. Comunicação contemporânea e questões de classe. **Matrizes**, ano 2, n. 2, p. 31-56, 2009.

MURDOCK, Graham and GOLDING, Peter. Capitalism, communication and class relations. In: CURRAN, James and GUREVITCH, Michael. *Mass media and society*. Londres: Arnold, 1997, p. 12-43.

RONSINI, Veneza M. (1995). Cotidiano rural e recepção da televisão: O caso *Três Barras*. **Revista Brasileira de Comunicação**, v. 18, n. 1, p. 108-118.

_____. **Entre a capela e a caixa de abelhas (identidade cultural de gringos e gaúchos)**. Porto Alegre: EDUPUC, 2004.

_____. **Mercadores de sentido: Consumo de mídia e identidades juvenis**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

_____. Television representations and symbolic reproduction of inequality. **Journal of Communication Inquiry**, v.3, p.683 - 694, 2009a.

_____. Estudos de audiência e de recepção da telenovela: a juventude em cena. In: LOPES, Maria Immacolata V. de et al. (org.) **Ficção televisiva no Brasil: temas e perspectivas**. Globo, 2009b.

SANTOS, Milton. **Técnica, espaço, tempo**. São Paulo: Hucitec, 1994.

WEBSTER, Frank. Information management and manipulation: Jürgen Habermas and the concept of the public sphere. In: WEBSTER, Frank. **Theories of the information society**. New York: Routledge, 2002, p.161-201.

WOTRICH, Laura, SILVA, Renata C. da; RONSINI, Veneza M. A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero no estudo de recepção da telenovela. In: **XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2009, Curitiba, PR. Anais eletrônicos XXXII Intercom. Curitiba: Universidade Positivo, 2009.