

COMUNICAÇÃO E ESTUDOS CULTURAIS: PERSPECTIVAS TEÓRICAS PARA A PESQUISA EM COMUNICAÇÃO

*Deivison Brito Nogueira**

RESUMO

O artigo tem como objetivo compreender as relações entre o campo da Comunicação e os Estudos Culturais e apresentar um panorama geral das principais correntes teóricas que consolidaram o campo da pesquisa em Comunicação no Brasil. Apresentamos dois dos principais estudos etnográficos da audiência que compõem o quadro de referências e que tiveram grande influência em pesquisas posteriores. Após a introdução das principais correntes teóricas do campo da Comunicação, apontamos caminhos para se pensar epistemologicamente a pesquisa em Comunicação por meio de um paradigma multidisciplinar.

Palavras-chave: Comunicação; Estudos Culturais; Pesquisa; Recepção; Teorias

INTRODUÇÃO

O campo das ciências humanas mais do que qualquer outro campo científico é alvo de disputas. Essas disputas se dão pela legitimidade dos discursos que circulam dentro do campo e a maneira como o pesquisador se posiciona epistemologicamente frente a um determinado fenômeno. O cientista olha para a realidade e munido de conceitos e teorias que melhor se adequam ao seu objeto de investigação compreende um determinado fenômeno social. Trata-se de uma postura de “vigilância epistemológica” (Bourdieu; Chamboredon; Passeron, 2007). No campo da ciência, os conceitos possuem historicidade e atuam como um *Zeitgeist*¹, evidenciam uma filiação. No campo das Ciências da Comunicação não é diferente.

* Universidade Metodista de São Paulo. Doutorando em Comunicação Social pelo PPGCOM da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp) sob orientação do Prof. Dr Dimas A. Künsch. Membro do Grupo de Pesquisa Comunicação e Religiões da INTERCOM. Bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES. E-mail: deivisiong3@gmail.com

¹ Expressão alemã que significa espírito do tempo ou espírito da época.

Nos 1930, os estudos pioneiros da nascente área de estudos em Comunicação tinham como paradigma o funcionalismo. Estudava-se o efeito dos meios na vida das pessoas. Teorias da “agulha hipodérmica” ou da “bala mágica” eram as mais utilizadas. A partir dos 1970, outras correntes teóricas começaram a questionar a abordagem dos modelos fundantes, dentre elas, os Estudos Culturais Britânicos e Latino-Americanos. As abordagens trouxeram novas contribuições teórico-epistemológicas, o que gerou uma espécie de “virada semântica” na área de estudos. Discutia-se não mais “o que os meios fazem com as pessoas”, mas sim “o que as pessoas fazem com os meios de comunicação” Surgiram então os primeiros estudos antropológicos da Comunicação que buscavam compreender a produção de sentidos e os usos sociais em uma relação complexa com os produtos da cultura das mídias.

O artigo busca fazer um percurso teórico-epistemológico sobre o campo da pesquisa em Comunicação a partir do momento em que os Estudos Culturais Britânicos e Latino-Americanos exerceram influência no campo que passou a tratar de maneira complexa as relações com a entre mídia e receptor.

PRODUÇÕES CULTURAIS EM DISPUTA: OS ESTUDOS CULTURAIS BRITÂNICOS.

Iniciado na Universidade de Birmingham em 1964, o Centro de Estudos Culturais Contemporâneos - (CCCS) sigla em inglês - tinham como proposta estudar a produção cultural a partir da formação social dos sujeitos. Não era possível conceber um produto cultural isolando-o de suas possibilidades de uso, a realidade sócio-histórica exercia papel preponderante no modo como aquele produto era consumido e rearticulado pelos sujeitos. As relações entre produção e consumo passam a ser articuladas entre texto e contexto. Dicotomias como tipo “alta” e “baixa” cultura, não serviam para compreender a cultura. O olhar do pesquisador voltava-se às condições de produção e a ressignificação do sentido pelo consumo a partir do “lugar” dos sujeitos, como a classe social, gênero e raça.

Os Estudos Culturais trouxeram três conceitos chave para problematizar a cultura: classes sociais, cultura e hegemonia com um olhar mais aguçado para dimensão cultural. A cultura era compreendida processo social mais amplo, diferentemente do que pensavam as abordagens teóricas até então. Para Douglas Kellner os Estudos Culturais “delineiam o modo como as produções culturais articulam ideologias, valores e representações de sexo, raça e classe na sociedade, e o modo como esses fenômenos se inter-relacionam” (2001, p. 39). **Ala**

de classes, o materialismo histórico e a cultura popular são conceitos-chave aos Estudos Culturais. Análises sobre classe, ideologia e hegemonia tiveram em Antônio Gramsci e Louis Althusser seus principais expoentes.

Da segunda metade da produção intelectual do CCCS está o jamaicano Stuart Hall, que substituiria Richard Hoggart na direção do centro (1968-1979), fase de maior produção teórica e que consolidaria os Estudos Culturais em dimensão internacional. Em uma palestra dada ao Centre of Mass Communication em 1973, Stuart Hall propõe o modelo teórico *encoding/decoding*, como contrapondo metodológico aos estudos positivistas de mídia da Universidade de Leicester.

No artigo, Hall afirma que não há uma compreensão fixa ideal de uma mensagem mas que existem diferentes modos de leitura/decodificação. As mensagens são produzidos a partir de algo pré-significado e são ressignificadas de uma nova maneira, então, se alguém “tem de dizer algo novo é porque o processo está transformando os significados que já estão lá. Portanto, cada ato de significação transforma o estado efetivo de todas as significações já existentes” (Hall, 2018, p. 402).

Em seu modelo, o sociólogo apresenta três tipos de leituras das mensagens da mídia: dominante, negociada e contestatória. A leitura dominante é a que está em consonância com a codificação, com o produtor da mensagem. O conteúdo possui total adesão do receptor; a leitura negociada negocia o sentido em um acordo tácito, sem aceitar ou recusar prontamente o conteúdo da mensagem; e a contestatória possui pouca ou nenhuma adesão do receptor. Para Escosteguy & Jacks (2005), o método de análise de Stuart Hall inaugura um novo modo de fazer estudos de mídia, *media studies*.

Nos anos 1980, o sociólogo britânico David Morley colocou em prática o modelo *encoding/decoding* ao estudar o noticiário popular *Nationwide* da BBC por meio de uma etnografia da audiência. Morley queria compreender as relações do público com a mídia, os diferentes “contratos de leitura” e codificação das mensagens. Para o autor, as subculturas decodificam as mensagens partir de suas formações socioculturais. Pensar as decodificações a partir das formações socioculturais ajuda compreender tipos particulares de leituras, discursos e as posições estruturais de classe, raça e gênero na sociedade. Essas disposições tornam-se condicionantes, não determinantes, das mediações culturais dos sujeitos em relação os produtos da mídia.

OS ESTUDOS DE RECEPÇÃO

Mauro Wilton de Sousa (1995) propõe resgatar o sujeito nos estudos de recepção brasileiros. O mediacentrismo dos estudos funcionalistas do início do século XX deram ênfase exacerbada ao emissor no processo comunicacional relegando o receptor como passivo no processo comunicacional. As pesquisas acadêmicas desenvolvidas na América Latina partir dos 1970 e com grande influência dos Estudos Culturais Britânicos, possuem um mapa epistemológico renovado, propõem por meio de uma análise crítica e de não-reificação dos sujeitos, estudar a recepção a partir dos “usos sociais das midas”. A recepção não é vista como uma etapa do processo comunicacional, ela é um “lugar” para compreendem os sujeitos no processo de comunicação.

Os Estudos Culturais Latino-Americanos estão inseridos em uma concepção geopolítica de resistência e luta pela redemocratização do continente. O texto que marca a trajetória dos estudos de recepção latino-americanos é: *Dos meios às mediações* de Jesús Martín-Barbero, publicado em Barcelona em 1987. Martín-Barbero buscava compreender a cultura popular e a sua relação com os produtos da cultura de massa. Suas principais pesquisas se situam nos estudos sobre de telenovelas, segundo ele, a principal fonte para formação de identidades na América Latina. Maria Immacolata Vassalo de Lopes, foi uma das primeiras investigadoras brasileiras a trabalhar com a teoria das mediações barberiana, estudando a recepção popular radiofônica e posteriormente os estudos sobre telenovela.

Martín-Barbero propõe como conceito fundamental para pesquisar Comunicação, as “mediações”. Para o autor, “o eixo do debate deve se deslocar dos meios para as mediações, isto é, para as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e para a pluralidade das matrizes culturais” (Martín-Barbero, 2003, p. 270). Trata-se de um olhar que busca contemplar o processo comunicacional por inteiro. A análise, antes voltada aos meios, passa a se voltar às mediações, isto é, os usos, apropriações e a produção de sentido dos produtos midiáticos Martín-Barbero apresenta “três mediações comunicativas da cultura”: tecnicidade, ritualidade e socialidade.

A tecnicidade é a relação dos receptores com as técnicas e meios audiovisuais. A socialidade ocorre quando a mídia entra no cotidiano do receptor e ele começa a debater com outras pessoas o impacto dos conteúdos dos meios em seu cotidiano. A ritualidade decorre das maneiras de lidar com os meios de comunicação. Dentro das mediações, o autor propõe lugares

fundamentais de mediação: cotidianidade familiar, temporalidade social e a competência cultural. Esses lugares de mediação “estendem-se ao bairro, aos vizinhos, enfim, aos chamados grupos de pertencimento, tanto do ponto de vista das mediações institucionais como situacionais” (Fígaro, 2001, p.71).

O pesquisador Guillermo Orozco Gómez traz importantes contribuições à teoria das mediações de Martín-Barbero como o conceito de multimediações. Em sua obra *A audiência diante da televisão* (Orozco, 1991, citado por Martino, 2016, p. 65), afirma que “o processo de recepção começa muita antes do contato com a mídia e termina bem depois”, ele se funde com as práticas cotidianas dos receptores. As relações entre mídia e receptor são complexas, multidirecionais e multireferenciais ocorrem em multimediações que se imbricam no cotidiano dos sujeitos em seus discursos e ações concretas.

“Ao ligar a TV – ou o computador – para ver um episódio de minha série de TV preferida, já sei o que aconteceu anteriormente, já conversei com outros fãs, já li a respeito em sites especializados, tenho expectativas, em relação ao que vai passar. Durante o episódio, troco informação com outros telespectadores pelas mídias sociais, e, ao terminar continuo discutindo o que passou. A mensagem da série em, si, é compreendida no conjunto de todas essas outras conversas e trocas” (Martino, 2016, p. 65).

Guillermo Orozco Gomes também conceitua o termo “audienciação” para pensar as audiências como múltiplas. No entanto, essa multiplicidade não pode ser sinônimo de reificação, como se os indivíduos não tivessem historicidade, identidade e subjetividade. É preciso considerar os sujeitos mediados por inúmeros regimes de institucionalidade que dão sentido às suas práticas, pensá-los como multi-perspectivos, multidimensionais. A interação não ocorre de forma individual, ocorre em conjunto com as instituições, meios e sociedade.

As condições que o receptor está inserido também são parte das mediações. As “fontes de mediação” são lugares que receptor se situa no processo comunicacional. Essas fontes variam desde a posição social, institucional etc. Portanto, é preciso considerar as mudanças estruturais dos sujeitos com os meios, sobretudo com a internet, mas sem cair em dualismos ao privilegiar mais os meios do que a produção de sentidos dos sujeitos. Como poderíamos “denominar um sujeito que, a um só tempo, acessa um portal de notícias, cria uma mensagem em um fórum de discussão, envia um e-mail para um amigo e lê uma mensagem postada em um site de relacionamentos?” (Brignoli; Cogo,

2010, p.12). Cabe aos estudos em Comunicação resgatar essas complexidades de produção de sentido.

COMUNICAÇÃO E RECEPÇÃO: DOIS ESTUDOS PIONEIROS NO BRASIL

Apresentamos brevemente duas das primeiras pesquisas em Comunicação que se utilizaram do tema da recepção: *A leitura social da novela das oito*, da antropóloga Ondina Fachel Leal. O trabalho é resultado de sua dissertação de mestrado em Antropologia Social na Universidade Federal do Rio Grande do Sul em 1983. A autora faz um diálogo multidisciplinar entre Antropologia e Comunicação² com um recorte epistemológico voltado aos Estudos Culturais recém-incorporados à pesquisa brasileira. Contudo não há nenhuma menção à obra de Jesús Martín-Barbero. Embora a obra do autor tivesse sido lançado quatro anos após à defesa da autora, em 1987, o autor espanhol já vinha desenvolvendo pesquisas relacionados ao tema desde 1973. Em contrapartida, as noções de *habitus*, distinção e capital simbólico de Pierre Bourdieu são conceitos bastante trabalhados pela autora.

Uma das grandes novidades do trabalho de Leal foi empreender um dos primeiros estudos etnográficos da audiência no Brasil ao mapear a produção de sentidos, usos e apropriações dos sujeitos por meio do consumo telenovela. Em reflexão posterior, Leal (1995) faz uma importante ressalva sobre se trabalhar com pesquisas etnográficas da audiência. Metodologicamente, um estudo de recepção implica mobilizar um estudo comparativo, se não, acaba-se privilegiando apenas a recepção de um determinado grupo. Um dos parâmetros utilizados pela autora foi utilizar a classe social como mediação fundamental da produção de sentido e verificar se nas diferentes frações de classe ocorriam diferentes decodificações da telenovela. A pesquisa também evidenciou que a televisão é um item de reconhecimento e pertencimento social. Para as classes populares, a televisão é uma das únicas opções de entretenimento e lazer.

Posteriormente, em 1985, o jornalista e pesquisador Carlos Eduardo Lins da Silva, defendeu na Escola de Comunicações e Artes da USP sua tese de doutorado intitulada *Muito além do jardim botânico*. A pesquisa buscou compre-

² Uma das características do campo da Comunicação é o atravessamento de várias disciplinas das Ciências Sociais e Humanidades, como filosofia, antropologia, sociologia e a psicologia social, que conferem ao campo um caráter pluri, trans e multidisciplinar

ender os diferentes modos de leitura do Jornal Nacional, telejornal de maior audiência no país, pelos trabalhadores da classe operária. A pesquisa partiu de dois lugares distintos, Lagoa Seca, em Natal/RN e Paicará, no Guarujá/SP.

Com um quadro de referências ainda pouco expressivo em pesquisas que se ocupavam do tema das audiências, autor queria compor quadro teórico ao confirmar sua hipótese que “o homem comum que habita as nossas cidades ou procede da periferia rural padece de uma burrice endêmica” (Silva, 1985, p. 10).

A tese mostrou que o receptor pode ter uma visão crítica daquilo que vê no telejornal, o que reforça uma das três leituras de Stuart Hall em seu estudo sobre a decodificação das mensagens da mídia. Não há uma leitura ideal da mensagem, mas sim diferentes modos de leitura que correspondem às diferentes posições de classes e as diferentes formas de ser e de estar no mundo. Em alguns casos, relega-se um poder exacerbado aos efeitos dos meios, como se a televisão não tivesse um botão de desligar. Dizer que um telejornal tem o poder de manipular as pessoas é subestimar a capacidade cognitiva e deliberativa do receptor.

Para o autor, poucas pessoas fazem uma decodificação hegemônica dos conteúdos da mídia. As mensagens são postas em xeque e passam pelo crivo do cotidiano, são debatidos na mesa de bar, nas conversas nas praças, no ambiente familiar ou, no caso da pesquisa possuem o mundo do trabalho como mediação fundamental da Comunicação ao reforçar hipóteses testadas pela pesquisadora Roseli Fígaro em seu estudo de recepção com trabalhadores da montadora Mercedes Benz em São Bernardo do Campo em 2001.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O percurso teórico empreendido até aqui permitiu visualizar que o avanço científico do campo da Comunicação no Brasil foi profícuo e produtivo. Cada uma das pesquisas exigiram um esforço redobrado de se pensar sobre os métodos utilizados no estudo. Pesquisas que se utilizam da perspectiva das mediações podem incorrem a erros quanto ao próprio caráter metodológico, já que o próprio Martín-Barbero não apresentou nenhum modelo metodológico para as pesquisas em recepção, mas sim um olhar epistemológico renovado para o processo da Comunicação por inteiro. O “mapa noturno” deve ser utilizado pelo pesquisador a partir do seu problema de pesquisa.

O cotidiano mostra-se como um lugar fundamental para os Estudos de Recepção. Em nível micro, a cotidianidade familiar é fundamental compreen-

der a produção de sentidos. A telenovela, como produto cultural, mostra-se como objeto privilegiado para as pesquisas em recepção e a formação de identidades. O telejornal também ganha espaço no campo de investigação. A perspectiva das mediações, embora não seja a abordagem teórica mais utilizada, pode ser articulada com outras correntes e perspectivas teóricas.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre; CHAMBOREDON, Jean-Claude; PASSERON, Jean-Claude. **Ofício de sociólogo**. Metodologia da pesquisa na sociologia. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

COGO, Denise; Liliâne BRIGNOL. Redes sociais e os estudos de recepção na internet. In: XIX Encontro Anual da Compós – Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. **Anais do XIX Encontro Anual da Compós**. Rio de Janeiro: PUC-RJ, 2010, p. 1-15.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina; JACKS, Nilda. **Comunicação e recepção**. São Paulo: Hacker, 2005.

FÍGARO, Roseli. **Comunicação e trabalho**: estudo de recepção – o mundo do trabalho como mediação da comunicação. São Paulo: Anita Garibaldi/Fapesp, 2001.

HALL, Stuart. Reflexões sobre o modelo codificação/decodificação. Uma entrevista com Stuart Hall. In: Liv Sovik (Org.). HALL, Stuart. **Da diáspora**. Identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2018, p. 391-427.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da mídia** - Estudos Culturais: identidade e política entre o moderno e pós-moderno. Bauru: Edusc, 2001. .

LEAL, Ondina Fachel. **A leitura social da novela das oito**. Petrópolis: Vozes, 1986.

LEAL, Ondina Fachel. Etnografia da audiência: uma discussão metodológica. In: SOUSA, Mauro Wilton de (Org). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 2.Ed Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2003.

MARTINO, Luiz, Mauro, Sá. **Mídia, religião e sociedade**: das palavras às redes digitais. São Paulo: Paulus, 2016.

MORLEY, David. **The nationwide audience**: structure and decoding. London: BFI, 1980.

OROZCO GÓMES, Guilherme. La audiencia frente a la pantalla. **Diálogos de la comunicación**, 30, junho 1991.

SILVA, Carlos Antônio Lins. **Muito além do Jardim Botânico**. Um estudo sobre a audiência do Jornal Nacional da Globo entre trabalhadores. São Paulo: Summus, 1985.

SOUSA, Mauro Wilton de (Org). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995.