

Circuitos de cultura/circuitos de comunicação: um protocolo analítico de integração da produção e da recepção

Ana Carolina D. Escosteguy¹

RESUMO

O objetivo deste artigo é apresentar um protocolo teórico-metodológico que reivindica uma visão global e complexa do processo comunicativo, sustentada na idéia de integração do espaço da produção e da recepção. Identifico tal proposição na matriz britânica dos estudos culturais em Stuart Hall (2003) e em Richard Johnson (1999), bem como, na latino-americana, em Martín-Barbero (2003). Argumento que, embora essa abordagem possa não ser exclusiva dos estudos culturais, os esforços nesse sentido se acentuaram em decorrência do debate gerado por essa tradição, em especial após o desenvolvimento de uma vertente mais contextualista dos estudos de recepção e sua posterior revisão. Na proposta apresentada reside uma tentativa de produzir novas formas de conhecimento que está desvinculado dos limites de áreas especializadas e dominantes no campo da comunicação.

Palavras-chave: Protocolo teórico-metodológico; produção; recepção; estudos culturais.

ABSTRACT

The purpose of this paper is to present a methodological-theoretical protocol that claims a global and complex view of the communication process, supported by the idea of the integration of the space of production and of

1 Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS) e pesquisadora do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

reception. We identify this proposition in the root of the British Cultural Studies in Stuart Hall (2003) and in Richard Johnson (1999), as well as in Martín-Barbero (2003) in Latin America. We argue that although this approach may not be exclusive from the cultural studies, efforts in this sense were accentuated due to the debate generated by this tradition, specially after the development of a more contextualistic trend in the studies of reception and its further revision. In the presented proposition lies an attempt to produce new forms of knowledge that is not linked to the limits of specialized and dominant areas in the field of communications.

Keywords: *Methodological-theoretical protocol; production; reception; cultural studies.*

Da proposição

Um olhar retrospectivo sobre a história da pesquisa em comunicação, pelo menos aquela que foi incorporada ao que hoje é chamado de campo acadêmico da comunicação, tem revelado, por um lado, uma concentração num determinado entendimento do tema como um fenômeno ou evento centrado nas próprias tecnologias de comunicação; e, por outro, uma segmentação do processo comunicativo, desenvolvendo o estudo de tal problemática por meio de recortes tão específicos que, ao longo do tempo, transformaram-se em áreas bastante especializadas. Conseqüentemente, a pesquisa em comunicação tem privilegiado como objeto de estudo os próprios meios como instituições onde se destacam suas vinculações políticas e econômicas, as formas simbólicas produzidas e veiculadas por essas tecnologias de comunicação, isto é, os sentidos postos em circulação pelos textos midiáticos, e, em menor proporção, as audiências, compreendidos nesse âmbito os usos sociais da mídia, seus efeitos e influências. Depreende-se daí um enfoque fragmentado e esquemático do processo comunicativo e, por sua vez, uma compreensão limitada e reducionista da comunicação, independentemente do viés teórico assumido.

Posicionada nesse cenário, mas a partir deste momento associada apenas a uma matriz de pesquisa social crítica², apresento um protocolo analítico que atende à integração dos diferentes elementos – produtores, textos e receptores – e momentos – produção, circulação e recepção/consumo – que configuram a totalidade do processo comunicativo. Identifico a presença de uma proposição desse tipo na matriz britânica dos estudos culturais em Stuart Hall (2003) e em Richard Johnson (1999), bem como, na latino-americana, em Martín-Barbero (2003)³. Não menos importante para a constituição desse protocolo, no atual contexto de

2 Sobre a concepção de teoria social crítica, sigo orientação de Agger (1998), complementada por Rüdiger (2002).

3 Ainda no âmbito da matriz britânica assinalo a existência da proposta de Du Gay et al. (*Doing Cultural Studies – The Story of the Sony Walkman*. Londres: Sage, 1997), mas que aqui não será considerada, devido à inexistência de espaço. Deacon (2003) identifica em Kellner (2001) outra possibilidade de integração entre produção e recepção. No entanto, em trabalho anterior (Escosteguy, 2006) avalio que seu programa de pesquisa é muito mais uma análise cultural centrada no texto e contexto, apesar de sua insistência em reivindicar um estudo que abarque a produção, a circulação e o consumo, pois geralmente seus trabalhos não englobam esse último.

acelerada expansão tecnológica, é a atenção à especificidade das tecnologias de comunicação envolvidas, pois estas engendram processos diferenciados de produção de sentidos. Esta singularidade é assumida como premissa tanto na proposição de Hall (2003) quanto na de Martín-Barbero⁴ (2003).

Antes de explorar com mais detalhes as proposições citadas, reivindico que, embora essa abordagem integrada da produção e do consumo possa não ser exclusiva dos estudos culturais, os esforços nesse sentido se acentuaram em decorrência do debate gerado por essa tradição. Em especial após o desenvolvimento de uma vertente mais contextualista dos estudos de recepção, que diminuiu o interesse em relação ao conteúdo propriamente dito dos textos midiáticos, concentrando sua atenção mais no cotidiano de um grupo em que se observa, entre tantas outras atividades, o uso dos meios.

Conhecida como a “virada etnográfica” dos estudos culturais, essa vertente de pesquisa estuda mais o papel dos meios na vida cotidiana do que o impacto ou o sentido da vida cotidiana na recepção de um determinado texto midiático. Apesar da riqueza das evidências desse tipo de investigação que contempla a dimensão simbólica da vida social, uma onda crítica, e até mesmo de auto-reflexão por parte dos próprios pesquisadores envolvidos nesses estudos, gerou um debate sobre o lugar da própria pesquisa dos meios nesse panorama. A partir daí foi identificada uma tentativa de trazer os *media* de volta aos estudos dos *media* (Alasuutari 1999).

Concomitantemente a essa reordenação na linhagem dos estudos de recepção, observa-se que abordagens até então consolidadas no campo do conhecimento científico da comunicação, tais como a economia política, a pesquisa do espaço da produção e, em menor medida, as análises textuais, discursivas ou de outra natureza, mas que tratam formalmente

4 Inicialmente, esse autor apresenta seu “mapa noturno” em *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*, publicado em Barcelona em 1987. Depois de várias revisões apresentadas em diversos textos, circula uma edição publicada no Brasil em 2003, que reproduz o prefácio à 5ª edição castelhana, originalmente escrito em 1998, onde se encontra o mapa metodológico que considero mais completo na reflexão do autor, até o momento.

dos sentidos postos em circulação pelos produtos midiáticos, não podem mais desconsiderar a existência de práticas interpretativas das audiências nem tampouco apenas inferi-las mediante procedimentos textualistas. Logo, o pressuposto da relação direta entre produção-recepção e texto-recepção, em que o primeiro elemento determina o segundo, é atualmente insustentável. Isso propicia espaço para colocar em xeque a pertinência do estudo em separado de cada uma das partes do processo comunicativo, bem como de sua desvinculação das complexidades sociais – estruturas e práticas – que o constituem ou a que, originalmente, ele se refere.

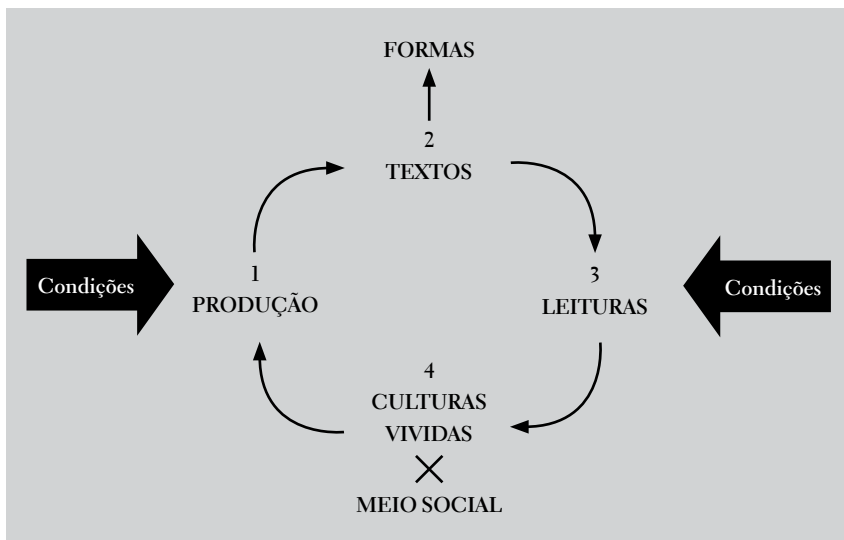
Todavia, é necessário ressaltar que o protocolo teórico-metodológico proposto por Hall (2003), e tomado como baluarte da pesquisa de recepção, está fundado na idéia de comunicação como estrutura sustentada por uma articulação entre momentos distintos – produção, circulação, distribuição, consumo –, em que cada um tem condições próprias de existência. Como eles estão articulados entre si, devem ser registrados e analisados um em relação ao outro, sendo que cada momento é necessário para o todo, mas nenhum antecipa o próximo. Assim, foi um equívoco tomá-lo como referência de um entendimento do processo comunicativo agendado pela recepção.

Dos protocolos à pesquisa

Concentro-me, em primeiro lugar, no circuito da cultura de Johnson (Figura 1) porque este, além de configurar-se como um guia para orientar a abordagem dos objetos-problema nos estudos culturais, indica as limitações das posições isolacionistas vigentes. Desse modo, a proposição de Johnson (1999) se apresenta como uma estrutura mais geral, na qual assinalados os reducionismos imperantes que, usualmente, estão associados ao desenvolvimento das divisões acadêmicas, contempla a inclusão de outras facetas para configurar um olhar relacional e mais completo do todo. Para Johnson (1999: 19), os objetos da cultura não podem ser apreendidos por uma única disciplina, mas também não se trata “de agregar novos elementos às abordagens existentes (um pouco de Socio-

logia aqui, um tanto de Lingüística acolá), mas de retomar os elementos das diferentes abordagens em suas relações mútuas”. Este, por sua vez, é seu entendimento de uma prática interdisciplinar.

Figura 1. Circuitos de capital/Circuitos de cultura



Fonte: Baseado em Johnson⁵ (1999: 35).

Sinteticamente, o diagrama sinaliza que na *produção* reside a preocupação com a organização das formas culturais. No caso em tela, trata-se da organização política da cultura, isto é, suas instituições. Duas limitações decorrentes desse posicionamento são observadas: uma atenção à forma-mercadoria e a inferência dos usos sociais com base nas condições de produção. Trata-se da forma clássica de economia política da comunicação⁶. Sugere-se, portanto, incluir aspectos subjetivos da produção, por

5 Neste artigo, não menciono as relações entre representações públicas/vidas privadas e abstrato/universal-concreto/particular do circuito, mas estas estão implícitas quando abordo as relações entre *texto* e *culturas vividas*.

6 Para Rüdiger (2002, p. 60), no marco da crítica à economia política marxista configurou-se uma “análise da mídia como negócio e indústria. As comunicações [defendem os pesquisadores dessa abordagem] possuem muita força, mas esta não pode ser entendida em termos de impacto. A pesquisa empírica sobre os efeitos e mesmo sobre os usos é inadequada em sentido teórico e metodológico. O fenômeno em foco constitui antes de mais nada um

exemplo, por meio da investigação das rotinas de produção e, especialmente, atender ao mapeamento do reservatório de elementos culturais existentes no meio social que pauta a produção cultural, isto é, da relação entre *culturas vividas* e *produção*.

Situados no *texto*, observa-se um tratamento das formas simbólicas de modo abstrato, pois a atenção reside nos mecanismos pelos quais os significados são produzidos. Portanto, existe uma tendência à formalização, ao desaparecimento dos aspectos mais concretos da produção desses mesmos textos, negligenciando ainda a organização da instituição de onde se origina tal forma. Aqui, são identificadas as análises de caráter textual, discursivo e outras que se concentram somente no produto midiático.

Na seqüência, posicionados na *leitura*, estamos atentos às práticas sociais de recepção, entendidas como um espaço de produção de sentido. No entanto, o risco é assumir a autonomia da *leitura* em oposição à autoridade do *texto*, suprimindo ainda o momento da produção do que está sendo consumido. Contudo, o autor reivindica que é fundamental reter as narrativas de sujeitos situados em determinados contextos, apesar do risco de tomá-los por meio de suas próprias falas, sem a devida problematização⁷.

Na composição do circuito da cultura, Johnson (1999) aponta, ainda, a existência das *culturas vividas* ou o meio social onde estão em circulação elementos culturais ativos que pautam tanto o espaço da produção como o das leituras. O problema quando o pesquisador se instala nesse espaço é tornar-se condescendente com a cultura estudada, enfatizando sua criatividade. Daí a necessidade de observar a conexão entre as práticas de grupos sociais e os textos que estão em circulação, realizando uma análise sócio-histórica de elementos culturais que estejam ativos em meios sociais particulares.

negócio, e, portanto, é a partir da análise da maneira como ele se estrutura e funciona enquanto empresa que produz e negocia com o conhecimento, informação e lazer, bens cada vez mais valorizados em nossa sociedade que poderemos entendê-los”.

⁷ Em outro artigo (Escosteguy, 2003) analisei a trajetória dos estudos de recepção associados aos estudos culturais, seus ganhos e suas perdas, identificando o problema mencionado por Johnson (1999).

A dissertação de mestrado de Márcia Rejane P. Messa (2006) exemplifica a aplicação desse protocolo por meio do estudo da produção à recepção da *sitcom* “Sex and the City” (STC), revelando que, apesar dos limites da pesquisa nesse nível, é possível enfrentar tal desafio. Para dar conta da *produção*, a autora valeu-se de levantamento bibliográfico em websites, revistas, livros autorizados ou não pela HBO, produtora do programa, e jornais da época. Na composição deste espaço prevaleceu no estudo a voz dos próprios criadores e protagonistas, recuperados de materiais diversos. No entanto, essa opção revelou que pode ser apropriado tensionar a “visão oficial”, pois esta muitas vezes apaga interesses meramente comerciais. Uma alternativa complementar seria prestar mais atenção na organização político-econômica da instituição midiática que produz o texto em foco, bem como nas representações de tal programa nos meios de comunicação. Este último procedimento contribuiria, sobretudo, para focalizar o espaço das *culturas vividas* e sua relação com o âmbito da *produção*.

No que diz respeito ao *texto*, foram escolhidos oito episódios do programa com base em três eixos considerados recorrentes na narrativa: sexo, comportamento e consumo. Apesar da sobreposição deles, a análise textual, concentrada no argumento da *sitcom*, concluiu que

STC empodera a mulher a partir do momento em que expõe na tela opções que desestabilizam as representações que estão no consenso cultural, mas a aprisiona quando legitima estas mesmas representações ao se aproximar do desfecho do programa. [...]. Esta legitimação pode ser observada, principalmente, no último capítulo da *sitcom*, [...] onde as quatro personagens têm seu “final feliz”, aos moldes dos romances folhetinescos (Messa 2006: 86).

Ainda referente a este momento do circuito, o gênero televisivo *sitcom* foi problematizado no sentido de preservar as singularidades do meio em questão na pesquisa – a televisão, já que a análise recém-citada privilegiava apenas o âmbito do conteúdo semântico.

Para abarcar a recepção, após o detalhamento dos procedimentos para constituição de uma amostragem intencional, foram entrevistadas em

profundidade 17 mulheres, entre 23 e 53 anos. Depois de uma longa exposição das evidências coletadas, a autora conclui que as informantes, apesar da dúvida da protagonista Carrie Bradshaw (apud Messa 2006: 4), expressa no episódio 1 da terceira temporada sobre o destino das mulheres solteiras,

Naquele dia eu fiquei pensando em contos de fada. Será que se o príncipe encantado não tivesse aparecido, a Branca de Neve teria dormido em um caixão de vidro para sempre? Ou ela teria acordado, cuspidor a maçã, arrumado um emprego com plano de saúde e um bebê no banco de esperma mais próximo? Será que dentro de toda solteira segura de si e ambiciosa há uma princesa frágil e delicada que só espera ser salva? Charlotte teria razão: as mulheres só querem mesmo ser salvas?

respondem afirmativamente ao questionamento central do programa. Na contramão dos estudos de recepção que, geralmente, destacam “leituras negociadas”, tal resposta constitui uma “leitura preferencial”, embora esta não possa ser vista em relação direta com a posição expressa pelos produtores do programa⁸, mas sim em sintonia com o meio social vigente (espaço das *culturas vividas*) e com o próprio *texto*. Isso porque, no último capítulo, Samantha, que rejeitava os relacionamentos estáveis, assume sua relação com Smith Jerrod, ator a quem ela ajudou na carreira; Miranda, uma opositora ao casamento e ao enclausuramento da mulher no espaço doméstico, casa-se, muda-se para o subúrbio e aceita a sogra no seu lar; Charlotte, que sonhava com o príncipe encantado e todos os ingredientes de uma história da carochinha, depois de um malfadado casamento, assume o segundo com o advogado do seu divórcio, e como não pode ter filhos, cria cachorros enquanto aguarda a adoção de um bebê chinês; e Carrie, a heroína, fica com Mr. Big, que, apesar de ser o motivo de seu sofrimento nas seis temporadas, sempre foi “o grande amor” de sua vida.

Mesmo que a autora da pesquisa não problematize o resultado da forma como indiquei, explorando outro viés, como a aliança entre a *sitcom*

8 Ao reconstituir apenas o ponto de vista e a intenção dos produtores, Messa (2006) perde de vista os constrangimentos da ordem institucional. Observação realizada por João Freire Filho (UFRJ), na banca de defesa da dissertação, em 20/12/2006.

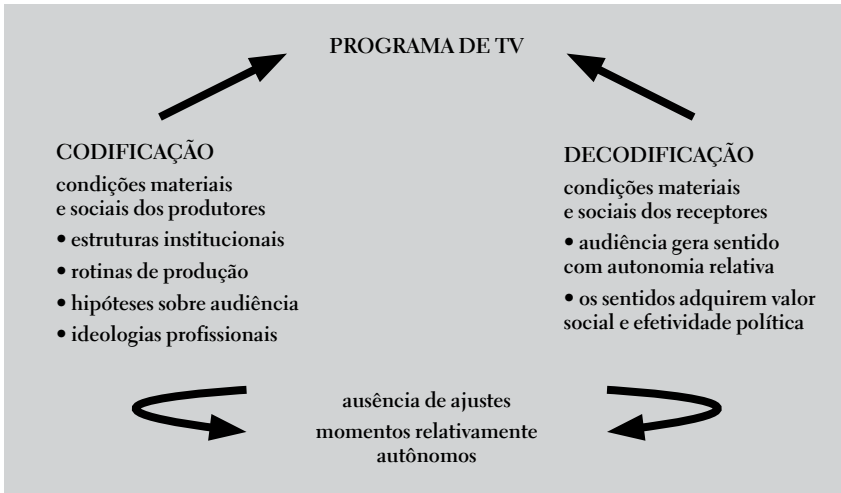
e uma vertente do pós-feminismo, considero pertinente, como já havia dito no início, e adequado ao objetivo deste artigo, recuperar o modelo da codificação/decodificação do discurso televisivo (Figura 2) de Hall (2003: 387). O objetivo é destacar sua concepção de articulação entre as mensagens, o lugar onde estas têm origem, com suas respectivas rotinas de produção, e o trabalho interpretativo da parte dos receptores, embora cada uma dessas práticas conserve “sua distinção e [...] modalidade específica, suas próprias formas e condições de existência”. Esse duplo aspecto de conexão e autonomia relativa é freqüentemente negligenciado pela pesquisa em comunicação. Além disso, tenho também como propósito realçar sua produtividade e validade ainda hoje, passados mais de trinta anos de sua publicação.

Embora o modelo proponha uma homologia com as estruturas da produção econômica dentro da sociedade capitalista – produção, circulação, distribuição/consumo, reprodução –, privilegia a forma textual do produto midiático, em detrimento da forma mercadoria. Isso porque está fundado em um aporte semiótico. Mesmo assim, Hall (2003) tensiona premissas que têm sua origem pautada em tal suporte. A proposta do autor tenta preservar a dinâmica do processo, desafiando a idéia de hierarquia entre produção e recepção, e de correspondência obrigatória entre elas, embora admita que é a produção que constrói a mensagem e que o circuito aí se inicia. Na estrutura de produção contam tanto a estrutura institucional, as rotinas de produção, a interferência de ideologias profissionais e hipóteses sobre a audiência como o meio social de onde são retirados “assuntos, tratamentos, agendas, eventos, equipes, imagens da audiência, ‘definições de situação’ de outras fontes e outras formações discursivas” (Hall 2003: 389). Forças que, também, constituem a audiência⁹.

É claro que no modelo de Hall (2003) está esmaecida a preocupação detalhada do modo como a economia e o Estado configuram a produção cultural; conseqüentemente, não aborda a estruturação dos meios pela economia e pelo Estado (Stevenson 1998), mas isso não quer dizer

⁹ Essa idéia também está expressa no circuito de Johnson (1999) pela ligação entre culturas vividas, produção e leitura.

Figura 2. Modelo codificação/decodificação



Fonte: Baseado em Hall (2003: 391).

que esse aspecto esteja ausente de seu campo de interesses. De alguma forma, o que disse antes sobre a necessidade de contemplar a complexa estruturação midiática e o seu dia-a-dia na produção atende a essa preocupação, ao mesmo tempo que confronta o aporte semiótico¹⁰.

Sua proposição fala do modo como os sentidos se criam no processo de produção e recepção das formas culturais, portanto, não basta analisar as estruturas de produção, mas também as de recepção devem fazer parte da agenda de investigação. “O consumo ou a recepção da mensagem da televisão é, assim, também ela mesma um ‘momento’ do processo de produção no seu sentido mais amplo” (Hall 2003: 390). Na direção contrária ao paradigma dominante na época em que circulou o artigo comentado, Hall assinala que as práticas de recepção não podem ser simplesmente vistas em termos comportamentais, mas são ordenadas por estruturas de compreensão, bem como produzidas por relações eco-

¹⁰ Tal preocupação está mais evidenciada em Hall (1997) mediante o interesse na discussão da *regulação* dos produtos culturais.

nômicas e sociais. Além disso, é no espaço da recepção que os textos em circulação adquirem valor social ou efetividade política.

[...] é sob a forma *discursiva* que a circulação do produto se realiza, bem como sua distribuição para diferentes audiências. Uma vez concluído, o discurso deve então ser traduzido – transformado de novo – em práticas sociais, para que o circuito ao mesmo tempo se complete e produza efeitos. Se nenhum “sentido” é apreendido, não pode haver “consumo”. Se o sentido não é articulado em prática, ele não tem efeito (idem: 388).

Ao mesmo tempo que reivindica que o sentido dos textos midiáticos não está determinado pelo emissor, e que a mensagem não é transparente, sendo potencialmente transformável em mais de uma configuração, o autor alerta que tal polissemia é sempre estruturada. “Toda sociedade ou cultura tende [...] a impor suas classificações do mundo social, cultural e político. Essas classificações constituem uma *ordem social dominante*, apesar de esta não ser nem unívoca nem incontestável” (idem: 396). Associada a essa idéia, assinala a existência de sentidos dominantes ou preferenciais que, embora não sejam sistemas fechados nem fixos, dão vazão a leituras preferenciais, uma das possíveis posições-tipo de decodificação, indicada por ele. Assim, a introdução de tal posicionamento modera a idéia de que a sociedade é um campo aberto de discursos e que todas as leituras têm o mesmo valor analítico.

Essas premissas revelam que o autor não adere a uma posição determinista, mas também não exclui a presença de uma força dominante. Nesse contexto, diz: “desejo apostar em uma noção de poder e de estruturação no momento de codificação que todavia não apague todos os outros possíveis sentidos” (idem: 366). Assim, as audiências se movem entre a posição preferencial ou hegemônico-dominante; a posição negociada e a posição de oposição¹¹.

Por essa razão, concomitantemente ao posicionamento preferencial das mulheres em relação ao tema da “solteirice” e apesar de todas terem

11 Esta posição resiste à ordem social dominante e é considerada por Hall (2003, p. 402) como “um dos momentos políticos mais significativos”, pois ela instaura a instabilidade na hegemonia e pode conduzir à intervenção, gerando mudança. Ver Rojek (2003).

entendido¹² o final da *sitcom* como um *happy end*, o grupo se dividiu sobre a avaliação do seu desfecho. Uma parte entendeu que o final estava de acordo com a proposta do programa, a outra não.

As primeiras destacaram que em um programa desse tipo – “seriado”, “de entretenimento” – é *natural* que se apresente a “esperança”, como disseram Cátia e Ana Maria (apud Messa 2006: 113). A reflexão de Hall (idem: 400) destaca a existência de posições produzidas pelo código profissional dentro da posição hegemônico-dominante:

o código profissional é “relativamente independente” do código dominante, já que aplica critérios e operações de transformação próprios, especialmente aqueles de natureza técnica e prática. O código profissional, contudo, opera *dentro* da “hegemonia” do código dominante. Na verdade, ele serve para reproduzir as definições dominantes precisamente porque coloca entre parênteses seu caráter hegemônico e opera com códigos profissionais deslocados, que destacam questões aparentemente técnicas e neutras.

Assim, esse grupo de mulheres naturalizou um sentido como decorrente do tipo de programa, reiterando uma posição hegemônico-dominante, sem perceber sua adesão a uma determinada ideologia conservadora sobre os relacionamentos e o que estes representam no alcance da felicidade. Para Hall (idem: 401), “a reprodução ideológica [...] acontece aqui inadvertidamente [...]”, embora “conflitos, contradições e até mesmo mal-entendidos surjam regularmente entre as significações profissionais e dominantes”. Por conseguinte, estão abertos à contestação.

As outras informantes da pesquisa demonstraram sua frustração com o lugar-comum apresentado no final do seriado, construindo uma posição de decodificação negociada. Esta “contém uma mistura de elementos de adaptação e de oposição: [que] reconhece a legitimidade das definições hegemônicas para produzir as grandes significações (abstratas)” – por isso, essas mulheres assumiram uma leitura dominante no que diz respeito à “solteirice” – “ao passo que, em um nível mais restrito, situacional (localizado), faz suas próprias regras – funciona como as ex-

12 Outro viés a ser explorado é o anotado por Deacon et al. (1999) sobre a distinção entre entendimento ou compreensão do texto e as avaliações sobre as questões e preocupações apresentadas nele, isto é, o que a audiência faz com as mensagens midiáticas – os usos de um texto. No caso da pesquisa em tela, a ênfase reside nesse último procedimento.

ceções à regra” (idem: 401), e uma leitura negociada em relação ao desfecho do seriado. Dentro dessa lógica mais específica que indica que a audiência opera segundo circunstâncias particulares da vida, é crucial a informação da autora da pesquisa: entre as mulheres que não aceitaram o final do programa, algumas tinham assumido ter tido experiências prévias e malsucedidas de casamento (Messa 2003: 114).

Retornando à proposta de Johnson (1999), protocolo analítico do estudo recém-comentado, reitero que este consiste em pensar cada um dos momentos que compõem o circuito da cultura à luz dos outros, para não perder de vista os processos. “Segue-se que se estamos colocados em um ponto do circuito, não vemos, necessariamente, o que está acontecendo nos outros. [...] Além disso, os processos desaparecem nos produtos” (idem: 33). Essa é a questão fundamental: deter-se nas *relações* entre produção e recepção/consumo. O que, também, pauta o modelo de Hall (2003), ainda que neste esteja acentuada uma abordagem mais textualista. Apresento a seguir a proposição de Martín-Barbero (Figura 3) que, também, conserva a idéia de pensar as relações e a dinâmica do processo comunicativo. Na vasta produção do autor, concentro-me na exposição do mapa das mediações, conforme apresentado no prefácio à quinta edição castelhana, por considerá-lo o mais completo até o momento¹³.

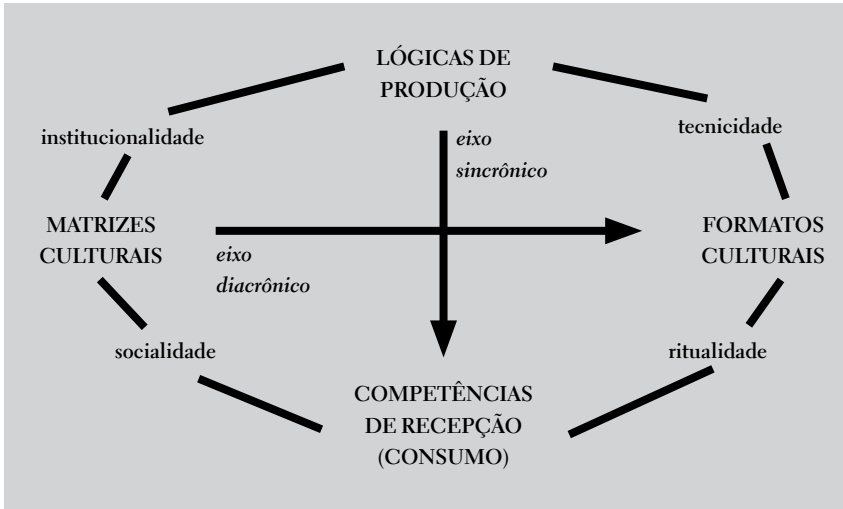
Tomando como ponto de partida a larga circulação, o debate e o reconhecimento da proposta barberiana entre nós, isto é, no campo acadêmico brasileiro da comunicação, considero desnecessário reconstituir as premissas fundadoras de tal proposição¹⁴. Por isso, restrinjo meu olhar ao próprio protocolo e a sua utilização por Felippi (2006) no estudo do processo de construção da identidade cultural gaúcha por meio do jornalismo de *Zero Hora*¹⁵, destacando mais seus procedimentos metodológicos, em vez de seus resultados.

13 Para uma visão panorâmica das revisões formuladas por Martín-Barbero, ver Escosteguy & Jacks (2005). Nesse mesmo lugar, indica-se que o entendimento da proposta barberiana como uma teoria da recepção é um equívoco.

14 Para tal, ver Escosteguy (2001).

15 Reconheço, no entanto, como experiência pioneira no nosso território, a investigação de Lopes et al. (2002), embora esta não tome como matriz para composição de seu protocolo teórico-metodológico o prefácio à quinta edição castelhana.

Figura 3. Mapa das mediações



Fonte: Baseado em Martín-Barbero (2003).

Em primeiro lugar, indico a existência nesse protocolo de um eixo temporal de longa duração, o diacrônico, que conecta as *matrizes culturais* com os *formatos industriais*. As *matrizes culturais* configuram-se num reservatório de elementos culturais vivos que balizam os *formatos industriais*. É lá que a mídia busca traços identitários que circulam nos *formatos industriais*, para a conformação da identidade gaúcha¹⁶. Mediante pesquisa bibliográfica, a autora reconstitui o processo de formação identitária gaúcha, sem a pretensão de esgotá-la, destacando a literatura sul-rio-grandense e uma matriz historiográfica que forjou as representações positivas do gaúcho dominantes até hoje. Ainda dentro desse âmbito, indica os lugares – mediação da *institucionalidade* – onde tal identidade se institucionalizou, mesmo que se reconheça, teorica-

16 Felippi (2006, p. 31 e 59) faz uma ressalva importante sobre a relação da mídia e o processo de construção identitária, assinalando que tal relação se inicia nos jornais literários do Rio Grande do Sul do século XIX, intensificando-se nos anos 1980, em função de um momento histórico específico e de condições materiais especialmente referentes à “expansão das indústrias culturais gaúchas, com destaque para a interiorização da televisão” e inserção e consolidação do grupo Rede Brasil Sul (RBS) no território gaúcho.

mente, que esse é um processo em permanente construção. Na pesquisa em foco, tais espaços, entendidos como mediadores socioculturais, são identificados no Movimento Tradicionalista Gaúcho, no Estado, na escola, na Igreja e na própria mídia. Assim, “a institucionalidade é entendida como a mediação que afeta a regulação dos discursos, que dá conta das relações de poder dos grupos sociais, políticos e econômicos e suas tentativas, sucessos e fracassos na instância da *produção* [destaque meu] dos meios” (Fellipi 2006: 30). Vale, ainda, destacar que a materialidade desta mediação está profundamente relacionada com a estrutura econômica e os conteúdos ideológicos.

A seguir, identifica-se o eixo sincrônico, isto é, aquele em que se dá a vinculação entre as racionalidades distintas da *produção* e da *recepção*. Aqui, procura-se observar o que estrutura a produção – *lógicas de produção*, incluindo os modos como são recicladas as demandas dos públicos, deixando marcas no *formato* – via mediação da *tecnicidade*. Com esse objetivo, a autora reconstituiu a configuração do grupo RBS, bem como da empresa jornalística Zero Hora, mediante levantamento bibliográfico, observação das rotinas do jornal e realização de entrevistas com seus editores e diretores. Dada sua experiência profissional e conhecimento prévio da redação do jornal, as *lógicas da produção* foram cobertas de modo substancial, conseguindo reconstituir a estrutura e ideologia da empresa, como também a cultura do dia-a-dia do jornalismo de ZH. Nessa fase, foi identificado o valor-notícia do “localismo”, considerado pelos jornalistas entrevistados como um dos mais determinantes na escolha dos assuntos a serem noticiados. Por meio do “localismo”, o jornal procura “dar conta dos interesses de seu público, os nascidos ou habitantes do espaço físico circunscrito no RS, fazendo com que os mesmos tomem conhecimento dos fatos ocorridos no estado ou relacionados a ele, vejam-nos no jornal, vejam-se ou vejam os seus próximos” (Felippi: 91). Aqui já ecoa a ressemantização das demandas dos públicos por parte do jornal; primeiro, nas *lógicas de produção* e, conseqüentemente, nos *formatos* – os textos jornalísticos produzidos.

Essa última relação – *lógicas de produção* e *formatos* – se estabelece mediante a *tecnicidade* que “está ligada à capacidade que os meios têm

de inovar tecnicamente seus formatos à sua competitividade tecnológica ou industrial” (idem: 31). A pesquisadora, tanto por meio do acompanhamento diário do jornal durante o período da investigação, em especial como leitora qualificada devido à sua formação profissional, como por ser observadora das rotinas, identificou alterações nos formatos do produto notícia, decorrentes da influência de outras mídias (por exemplo, televisão e internet), bem como da incorporação de novas tecnologias no fazer diário do jornal. Em relação aos *formatos* propriamente ditos, a pesquisa incorporou uma análise discursiva de títulos de um conjunto significativo de notícias, reportagens e entrevistas em que todos continham marcadores relacionados à identidade gaúcha. Estes foram selecionados com base em uma série de critérios.

No sentido horário do mapa (Figura 3), entre os *formatos* e as *competências de recepção*, é assinalada a presença das *ritualidades* que “constituem as *gramáticas da ação* – do olhar, do escutar, do ler – que regulam a interação entre os espaços e tempos da vida cotidiana e os espaços e tempos que conformam os meios” (Martín-Barbero 2003: 19). Essa mediação – *ritualidade* – é uma faceta ausente na presente pesquisa, pois não foi delineada originalmente uma estratégia metodológica que contemplasse o leitor empírico do jornal nem um acompanhamento das cartas dos leitores, o que, de forma diferenciada do procedimento anterior, também poderia propiciar o esquadrinhamento desse espaço. De toda forma, Felippi (2006: 152) conclui que

[o leitor] faz apropriações das notícias a partir de seu universo cultural, tem autonomia para tal, mas de alguma forma o que o jornal tenta impingir como leitura preferencial, a ênfase no local e na cultura gaúcha, é aceito, ao menos em parte, pelo receptor desse discurso. O que gera a aceitação de *ZH*, demonstrada pela tiragem, pela resposta do leitor à participação como produtor e fonte e pela pouca ocorrência de reações mais contundentes na sociedade em relação ao jornal nos últimos anos. Com seu processo voltado para a construção identitária e seu discurso confirmando essa intencionalidade, entendemos que o jornal devolve para o social um modelo de identidade para seus leitores “gaúchos”, revitalizando, reconstruindo, reformulando e reforçando uma identidade que é hegemônica na região.

Levando em conta os comentários anotados anteriormente sobre a pesquisa de Messa (2006), a posição de decodificação hegemônico-dominante aparece novamente na investigação de Felippi (2006), embora desta vez seja muito mais uma análise decorrente da investigação do espaço da *produção* e do *texto*, amparada também nos dados sobre as tiragens e circulação do jornal. Diante das evidências coletadas no espaço recém-delimitado, pode-se dizer que tal posição de leitura foi produzida pelo “código profissional”. Assim, a vinculação entre o “código profissional” e o “código preferencial ou dominante”, destacada por Hall (2003: 400), poderia ser explorada, no caso em tela, no sentido de que esta anula a auto-imagem de imparcialidade e objetividade cultivada em especial pelos profissionais do jornalismo. Sinalizo aqui mais um aspecto de produtividade e atualidade do modelo de Hall.

Na seqüência do mapa das mediações, está a dupla *competências de recepção-matrizes culturais*, mediada pela *socialidade*, constituída pela trama das relações cotidianas e “lugar de ancoragem da *práxis comunicativa*” (Martín-Barbero 2003: 17). Segundo Felippi (2006: 34), o que se pretendeu, nesta etapa, foi observar como esses atores sociais se inscrevem no jornal e como interferem na sua produção, por meio de informações coletadas junto aos profissionais entrevistados e pesquisa bibliográfica. Nas palavras da autora (*idem*: 151),

ZH relaciona-se com as matrizes culturais [...] quando busca na vida cotidiana, nos espaços do privado e do comum, matéria-prima para a produção, devolvendo ao sujeito-leitor-gaúcho *glamour*¹⁷ e reconhecimento público nas páginas do jornal. O leitor, por sua vez, pelo consumo, busca o pertencimento, o fazer parte de uma comunidade (imaginada), que ZH lhe oferece por meio da identidade gaúcha, substituindo o local que foi, no passado, da literatura e da historiografia.

Nota-se tanto na exposição do mapa como nas citações da pesquisadora que na proposta metodológica de Martín-Barbero estão sempre em

17 Pressuponho que esse *glamour* se deva aos resultados encontrados pela análise discursiva dos materiais jornalísticos agrupados na tematização relacionada às celebridades e ao sujeito comum e ordinário, indicando que o jornal se direciona para o efêmero, frívolo e banal.

evidência as relações entre os distintos elementos e momentos que compõem seu arcabouço teórico-metodológico.

Do circuito da cultura ao circuito da comunicação

Depois da apresentação das três proposições analíticas, não vou me deter nas suas diferenciações, algumas delas já assinaladas no decorrer do texto. Em primeiro lugar, de modo muito sintético, indico que a conversão do circuito de cultura em circuito de comunicação, dentro do âmbito dos estudos culturais, pode ser pensada na medida em que ambos destacam o papel crucial da dimensão simbólica que está no centro da vida social. Em segundo lugar, quero destacar esquematicamente algumas das vantagens de um protocolo que reivindica uma visão global e complexa do processo comunicativo, sustentada na idéia de integração do espaço da produção e da recepção. Os três protocolos comentados permitem analisar as especificidades de cada momento e elemento envolvido no circuito como um todo, sem predeterminar como essas relações são constituídas; compreender que as relações que se estabelecem entre as partes que configuram a comunicação não são acessíveis a abordagens estreitamente definidas; indicar que os sentidos são produzidos em diversos momentos do circuito e, finalmente, preservar a dinâmica do processo comunicativo, integrando um conjunto de dimensões.

E, por último, ressalto que, seguindo orientação semelhante, pelo menos no que diz respeito à estruturação geral da problemática, as três proposições reivindicam um olhar integral da comunicação. Nesse sentido, sustento que a proposta teórico-metodológica dos estudos culturais para a comunicação sinaliza a necessidade de situar-se no plano da pesquisa que integra o estudo das instituições e sua organização, suas produções e condições de produção, os públicos e suas práticas, nas respectivas relações que se estabelecem entre todos eles. Trata-se de uma tentativa de produzir novas formas de conhecimento, desvinculado dos limites de áreas especializadas e dominantes no campo da comunicação. Tal (re)definição do objeto de estudo é uma das marcas dessa tradição, residindo aí um aspecto de sua práxis interdisciplinar.

Referências bibliográficas

- AGGER, Ben. *Critical Social Theories: an Introduction*. Oxford: Westview, 1998 (complementada por RÜDIGER [2002]).
- ALASSUTARI, Pertti. "Introduction: three phases of reception studies", in ALASSUTARI, P. (org.) *Rethinking the Media Audience*. Londres: Sage, 1999. p.1-21.
- DEACON, David. "Holism, communion and conversion: integrating media consumption and production research", in *Media, Culture and Society*, vol. 25, Londres, 2003, p. 209-231.
- DEACON, D.; FENTON, N. & BRYMAN, A. "From inception to reception: the natural history of a news item", in *Media, Culture and Society*, vol. 21, Londres, 1999, p. 5-31.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. "Estudos culturais e recepção", in *Novos Olhares*, vol. 2, São Paulo, 1999, p. 44-49.
- _____. *Cartografias dos estudos culturais*. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.
- _____. "Anotações para pensar o sujeito nos estudos culturais", in *Animus*, vol. II, nº 1, Santa Maria (RS), 2003, p. 69- 79.
- _____. "Estudos culturais: as margens de um programa de pesquisa", in *E-compós*, edição 6, ago./2006.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. & JACKS, Nilda. *Comunicação e recepção*. São Paulo: Hacker Editores, 2005.
- FELIPPI, Ângela Cristina Trevisan. *Jornalismo e identidade cultural: construção da identidade gaúcha em Zero Hora*. Tese de doutorado em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS), 2006.
- HALL, Stuart. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: UFMG, 2003.
- _____. "The centrality of culture: notes on the cultural revolutions of our time", in THOMPSON, Kenneth (org.). *Media and Cultural Regulation*. Londres: Sage, 1997. p. 207-238. (Edição brasileira: *A centralidade da cultural: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo*, in *Revista Educação e Realidade*, 22 (2), Porto Alegre, p. 15-46, jul./dez. 1997.)
- JOHNSON, Richard. "What is cultural studies anyway?", in STOREY, John (org.). *What is Cultural Studies? A Reader*. Londres: Arnold, 1996, p. 75-114. (Edição brasileira: SILVA, Tomas Tadeu da (org.) *O que é, afinal, estudos culturais?* Belo Horizonte: Autêntica, 1999.)
- KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia: estudos culturais, identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru: EDUSC, 2001.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de et al. *Vivendo com a telenovela: mediações, recepção e teleficcionalidade*. São Paulo: Summus, 2002.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. "Pistas para entre-ver meios e mediações", in prefácio à 5ª edição castelhana incluída na reimpressão de *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.
- _____. *Oficio de cartógrafo: travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Mexico: Fondo de Cultura Económica, 2002.

- MESSA, Márcia Rejane Postiglioni. *As mulheres só querem ser salvas: Sex and the City e o pós-feminismo*. Dissertação de mestrado em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS), 2006.
- ROJEK, Chris. *Stuart Hall*. Londres: Polity Press, 2003.
- RÜDIGER, Francisco. *Ciência social crítica e pesquisa em comunicação: trajetória histórica e elementos de epistemologia*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2002.
- STEVENSON, Nick. *Culturas mediáticas: teoría social y comunicación masiva*. Argentina: Amorrortu Editores, 1998.