

Recepção televisiva: pesquisas brasileiras da década de 1990 (1)

[Nilda Jacks](#), PPGCOM/ UFGRS (2)

Resumo

Os dados aqui apresentados fazem parte da pesquisa “O campo da recepção e a produção brasileira na década de 1990” (CNPq, 2003-2005), que teve por objetivo identificar o estado da arte da pesquisa de recepção realizada nos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, com a finalidade de construir uma agenda para os pesquisadores. A estratégia analítica utilizada foi a identificação, em cada trabalho, do objeto de estudo, problema de pesquisa, premissas epistemológicas e teóricas, modelo teórico-metodológico, hipóteses, amostra, procedimentos e técnicas de pesquisa, tendências disciplinares, principais resultados, autores e obras fundamentais.

Palabras clave: Pesquisa de recepção brasileira , modelo teórico-metodológico.

Abstract

This article presents the results about television reception studies developed in the brazilian academic field in the 90's.

The goal was to identify the state of art about this subject in the PhD Communication Programs to know the scenary and to proposal the new agenda for the researches.

Key words : reception studies, brazilian reception studies, television reception studies; methodology.

Nos 11 Programas de Pós- Graduação em Comunicação existentes no Brasil na década de 90 (3), a televisão foi analisada em cerca de 135 pesquisas, entre teses de doutorado e dissertações de mestrado, em um total de 1769 (4) trabalhos. Sobre recepção televisiva (5), entretanto, foram apenas 20 pesquisas, das quais 16 (três teses e 13 dissertações) adotam uma abordagem sociocultural (6), ou seja, abarcam “uma visão ampla e complexa do processo de recepção dos produtos midiáticos, levando em consideração múltiplas relações sociais e culturais. (...)” (ESCOSTEGUY, 2004). As demais adotam a perspectiva comportamental, caracterizando-se por serem “estudos dos diferentes impactos derivados dos meios, isto é, o produto midiático é considerado um estímulo que provoca diversas reações nos públicos. (...)” (Escosteguy, 2004).

O objetivo deste artigo é apresentar o conjunto de pressupostos, perspectivas teóricas e metodológicas, hipóteses e os principais resultados a que chegam as pesquisas como um todo (7), pois é deste conjunto de informações que as pesquisas na área podem partir para fazerem avançar o conhecimento sobre a relação das audiências com os meios de comunicação.

Assim, a maior parte das pesquisas de cunho sócio-cultural adota a perspectiva teórica desenvolvida na América Latina, mesmo que de maneira implícita ou conjugada com outros autores, cuja ocorrência nota-se a partir do final os anos 90 (Escosteguy, 2004). Outro modelo presente é a hermenêutica de profundidade proposta por John Thompson. Os trabalhos de abordagem comportamental seguem o paradigma funcionalista, filiando-se principalmente à teoria dos usos e gratificações. Dentre os trabalhos que exploram a inter ou multidisciplinaridade, as disciplinas mais presentes são a sociologia, antropologia, filosofia e psicologia/psicanálise, ressaltando que os estudos culturais, por sua natureza interdisciplinar, foi a perspectiva mais utilizada. Autores e obras fundamentais são Jesús Martín-Barbero e seu livro “De los medios a las mediaciones” (1987), Guillermo Orozco Gómez e seu texto “Recepción televisiva: tres aproximaciones y una razón para su estudio” (1991) e Nestor Garcia Canclini com Culturas Híbridas (1990).

O processo de comunicação nos estudos de corte sócio-cultural é entendido como horizontal, onde não há um emissor onipotente manipulando um receptor passivo, mero depositário de mensagens. É um processo de mão dupla, dialógico, resultante da negociação dos sentidos, portanto, é concebida a existência de mediações, ainda que sejam chamadas de atravessamentos, vivências e valores ou referenciais particulares e coletivos, etc. O processo de recepção, portanto, não se restringe ao momento de assistir à televisão, começando bem antes e terminando bem depois deste ato, mesmo que haja uma tentativa de imposição de um discurso hegemônico por parte dela. Estes são pressupostos que também balizam os trabalhos de abordagem comportamental, embora não sejam implementados em suas análises e resultados finais, uma vez que metodologicamente restringem-se à aplicação de questionários para conhecer hábitos de exposição aos meios e não exploram a produção de sentido.

Os receptores, por sua vez, são concebidos como produtores de sentido, que negociam, reinterpretem e reelaboram as mensagens dos meios, segundo características como idade, sexo, etnia, grupo social, personalidade, caráter e valores, assim como por influência de agentes sociais como a família, escola, religião, partido político e empresa, ou ainda conforme a sua identidade cultural e vivência cotidiana, ou seja, segundo determinadas mediações. Os estudos comportamentais centram-se mais nos aspectos individuais dos receptores, pois a recepção dependeria dos interesses e características de cada um, pautada por aspectos mentais e predisposições psicológicas.

O entendimento sobre o emissor é de que ele não é onipotente, mas que sua ação não pode ser desconsiderada, mesmo reconhecendo que a recepção não é automática, embora raros trabalhos preocupem-se em explicitar e analisar este âmbito do processo. As mensagens são entendidas como de caráter polissêmico, ainda que na maioria das vezes haja um ou alguns significados predominantes, pois o contrário implicaria subestimar a força da determinação textual na construção do sentido e a idealização do papel do leitor. Entretanto, esta não é a

visão da grande maioria das pesquisas, que nesta época tratavam de reduzir o poder dos meios. Ou seja, alguns entendiam a mensagem como um estímulo ao receptor para se transportar para um tempo e espaço mítico, especialmente em se tratando de telenovela ou outro gênero ficcional. A imagem, mais do que os outros códigos, é fonte de dúvidas sobre sua apreensão devido a sua atuação mais direta no imaginário do receptor e a programação infantil contém apelos dirigidos ao narcisismo e ao prazer, e que a TV, ao explorá-los, permite uma liberação desses impulsos através da fantasia.

A televisão, por sua vez, é pensada como uma instituição social e agente mediador entre a sociedade e o receptor, a qual produz agregação e integração social e cultural, dando às pessoas a sensação de fazerem parte de uma coletividade. Ressaltam-se o caráter empresarial de sua produção, de acordo com os padrões do capitalismo, salientando sua natureza ideológica, embora sem relacionar empiricamente com o processo de recepção. Outro aspecto levantado é sua capacidade de gerar representações e produzir a realidade, competindo com outras instituições sociais, ou de reprodução da realidade, espelhando a sociedade. Quando trata-se de analisar alguns gêneros televisivos, como a telenovela, também é dito que ela busca a reprodução da realidade e o espelhamento situações contemporâneas, o que explicaria sua capacidade de promover identificação com o cotidiano do telespectador.

A TV também é apontada como responsável por alterações nas formas de usufruir o dia-a-dia, pela instauração de novas sociabilidades e por mascarar e negar conflitos, numa tentativa de unificar os estilos de vida, conteúdos sociais, culturais e religiosos. Tratando-se especificamente da TV brasileira, entretanto, ela é vista como importante agente integrador da cultura nacional e regional, com isto desempenhando uma importante função referencial. Os trabalhos comportamentais tendem a uma caracterização da televisão como capaz de gerar gostos e de influir diretamente em hábitos sociais, assim como na manutenção dos já existentes, mais do que pela criação de novos, sendo assim encarada como um elemento de função reguladora do sistema social, ao modo da tradição funcionalista.

SOBRE OBJETOS, PROBLEMAS, HIPÓTESES E PROCEDIMENTOS

Entre as de cunho sócio-cultural, há pesquisas que tratam da recepção de telenovela por diferentes públicos como trabalhadores, adolescentes, famílias urbanas, mulheres rurais e donas-de-casa. Duas abordam diferentes aspectos do gênero: o papel do som e do vilão no processo de recepção.

Tomando outro ângulo de análise para o mesmo grupo de pesquisas, duas exploram a mediação da identidade cultural no processo de recepção, enfocando a cultura regional gaúcha, sendo que uma ainda a conjuga com a cultura camponesa. No estudo da TV a cabo esta mediação é tratada por duas outras, ou seja, são quatro trabalhos com enfoque na identidade cultural.

Retendo-se no público estudado, as pesquisas sobre a recepção de telenovela por adolescentes, ora comparam adolescentes urbanos e rurais, ora relacionam a recepção

televisiva e a escola ou ainda seu consumo entre os demais meios. Os que estudam a recepção infantil querem conhecer a mediação da escola e da família ou a relação entre recepção televisiva e imaginação. Sobre as mulheres, em geral, querem diagnosticar o papel da telenovela em suas práticas de simbolização e conhecer suas apropriações temáticas. Tratando-se de grupos familiares o interesse recai nas dinâmicas internas estabelecidas a partir da recepção, nas diferenças de apropriações e interpretações dos conteúdos midiáticos e nas mediações estabelecidas neste processo.

Sobre a televisão a cabo o foco é a mediação cultural, como já foi dito, e o interesse pelo consumo desta nova tecnologia em termos dos novos hábitos e usos familiares, o que nos estudos comportamentais foi verificado junto aos assinantes, com o intuito de compreender as mudanças de comportamentos, hábitos, opiniões, atitudes e preferências, frente ao novo meio que se introduzia então.

As questões levantadas nos trabalhos sobre telenovelas remetem-se ao conhecimento sobre como diferentes públicos incorporam o gênero em seu cotidiano, como ele medeia a relação com outros gêneros e meios, como este gênero ficcional é interpretado a partir de diferentes identidades culturais e capitais simbólicos e como certos segmentos interpretam elementos como o som e personagens vilões. Os estudos que exploraram a cultura regional como mediação, a partir da telenovela ou não, querem entender estas identidades frente à cultura de massa, muito mais do que entender especificamente processos de recepção midiática.

Quando o público estudado é o adolescente, os problemas centram-se na atividade deste receptor, nos graus de fidelidade que mantêm com a programação que lhe é destinada, com os modos de apropriação da televisão, com o lugar que ela ocupa no processo de socialização, com os usos que fazem dos discursos “não-didáticos” da TV e como estes aparecem e se legitimam na escola. No caso das crianças querem saber se a televisão interfere em sua imaginação, qual o papel da imaginação infantil na ressignificação da cultura, quais são as razões para gostarem de certos programas, o que eles oferecem às crianças que falta em seu cotidiano, como as mediações familiares e escolares atuam no processo de incorporação dos conteúdos televisivos.

Sobre a TV a cabo, além da mediação da identidade cultural nas de abordagem sócio-cultural, as comportamentais querem saber em que medida a diversidade de canais contradiz o princípio de fidelidade instituído pelo modelo geralista ou promove ajustes e adaptações que remodelam os antigos hábitos e uso, como a nova tecnologia afetava o relacionamento com a televisão, quais as expectativas dos receptores, quais as mudanças que as mesmas produziram nos seus hábitos de exposição ao meio.

No que concerne aos procedimentos e técnicas de pesquisa, poucos trabalhos analisam conjuntamente o receptor e o gênero midiático, tomando-o de maneira global ou parcial, no intuito de perceber a relação que se estabelece entre eles. Ou seja, a maioria desconsidera os aspectos textuais e da produção midiática. As análises existentes sobre os produtos televisivos foram denominadas “cultural”, “temática” e “axiológica”, em especial quando tratou-se de telenovela.

Para uma primeira aproximação com os receptores foram utilizados questionários e formulários, complementados em uma segunda etapa por entrevista individual, em um número pequeno de casos, e por observações etnográficas e/ou diário de campo, na maioria deles. Pesquisa-ação, assim como grupos focais, entrevistas em profundidade e abertas com pequenos grupos também foram utilizados. Com crianças foi explorada oficina de desenhos após a exposição à televisão, motivo para entrevistas sobre os conteúdos. Nos trabalhos de corte comportamental as técnicas foram exclusivamente quantitativas.

Com relação às amostras, as maiores decorreram da utilização de questionários, formulários ou de pesquisa com grupos. Em geral centram-se no público diretamente estudado, mesmo quando deveriam envolver outros segmentos como família, professores, vizinhos, colegas etc. Não há, em geral, critérios mais precisos para definição das amostras, mesmo em pesquisa de caráter quantitativo, como os comportamentais, e às vezes não há explicitação de sua composição. Trabalhos que optam por outras técnicas como histórias de vida, etnografia etc possuem amostras menores.

ALGUNS RESULTADOS:

1) Sobre a televisão, pela falta de lazer noturno, nas cidades pequenas e médias, ela domina o horário nobre, chegando a normatizar a vida das pessoas (como o horário do jantar ou de encontros), mas, durante o dia, o rádio, inserido na dinâmica cultural do lugar, explora a cultura regional e local. A formação da opinião pública, assim, se dá em função das emissoras locais justamente porque refletem a problemática da comunidade. A recepção, por isto, é circunstancial ao peso do rádio, pois este tem papel relevante no reforço e na sustentação da identidade local, através do incessante trabalho com a música, a linguagem, a oralidade e as tradições regionais, e da dinamização de cruzamentos culturais. A televisão, apesar de hegemônica, não possui um papel desestruturador da cultura regional e local e sua incorporação ao dia-a-dia da comunidade produz um fenômeno de natureza híbrida, uma fusão dos elementos televisivos e da cultura regional.

2) No caso da televisão a cabo a recepção já não se dá mais em família, mas de forma segmentada, entretanto, a identidade cultural é um referente comum, integrador e relevante na escolha da programação, independente de sexo e idade. A participação da televisão a cabo no cotidiano mostra que está assegurado o papel da televisão, e dos meios em geral, na construção e reconstrução das identidades. A procura por informações locais evidencia que, mesmo sendo a televisão a cabo um veiculador de cultura mundializada, também é utilizada para fins de territorialização e reterritorialização.

Do ponto de vista sócio-cultural, os resultados mostraram que a rotina familiar se sobrepõe à TV e que a diversidade de formas de uso associa-se muitos mais às variáveis de gênero, idade, atividade profissional, do que à variedade da programação, embora a idade seja um elemento dificultador de seu uso. Homens identificam-se com o esporte, mulheres com telenovelas, professores e profissionais liberais com documentários e programas

jornalísticos. Assim, a seleção da programação se dá a partir das referências, desejos e necessidades que pontuam a experiência do usuário, mais do que em função das estratégias das empresas. A substituição do videocassete e do cinema pela programação a cabo gera um tipo de recepção diferente, já que as pessoas não se programam para ver determinado filme e por vezes os assistem pela metade. A consolidação do cabo no Brasil revela o quanto o telespectador está mudando suas formas de interação com o meio, apesar desta mudança ocorrer através da reafirmação de gostos, hábitos e costumes arraigados.

Do ponto de vista comportamental, as conclusões são semelhantes, acrescentando o valor atribuído ao controle-remoto, que aparece como um libertador que permite um maior trânsito entre programas; que emancipa o indivíduo culturalmente, à medida que lhe oferece conteúdos variados e lhe permite escapar da rotina. Os assinantes passam mais tempo à frente da TV do que o faziam quando não possuíam o sistema pago, entretanto, na hora de optar entre programas internacionais e nacionais, é geralmente o jornalismo que leva os aos canais locais. Essa valorização da realidade próxima é entendida, assim, como uma auto-afirmação frente a um mundo vasto e novo, como um auto-reconhecimento do indivíduo frente a tantas culturas e possibilidades.

3) **Sobre a recepção de telenovela**, predomina entre donas-de-casa o olhar ativo/emissivo, que simboliza as imagens, embora algumas apresentem um olhar finito, que faz com que permaneçam inalteradas ou insensibilizadas diante delas, ainda que isto não signifique carência de pensamento, mas é um pensamento empobrecido. Por outro lado, o som é compreendido em sua linguagem, em sua relação com a história narrada e com as personagens, ou seja, há uma profunda ligação entre os sons das telenovelas e os sons presentes na vida das pessoas. Pode haver um ver-desatento, mas não um ouvir-desatento, o que aproxima as telenovelas de um rádio com imagens.

O personagem vilão possui um caráter pedagógico, pois ajuda o receptor a interpretar a realidade política, social e econômica do país e suscita discussões que utilizam comportamentos de determinados personagens para negar ou reforçar uma determinada posição. O vilão, embora sempre mostrado de forma caricata e indesejada, representa a contradição social do poder no cotidiano e recebe sentidos diferentes, até antagônicos. Este é um exemplo de que os receptores não obedecem a contratos de leitura previamente estabelecidos, porque se relacionam com outras pessoas, outros discursos e possuem um imaginário próprio, ainda que o campo da produção procure trazer referências presentes no seu universo simbólico e cultural. O consumo simbólico dos vilões por aqueles que possuem um nível educacional maior é feito com atenção às características estéticas e dramáticas, o que leva a pensar que é uma maneira de tentar uma diferenciação de classe ou de justificar o consumo da telenovela.

Trabalhadores, em comparação com a imprensa sindical, tem uma relação mais emocional, prazerosa e menos frustrante com a telenovela, pois a imagem é muito mais facilmente entendida que o texto, o gênero não deixa de cumprir o que promete e reflete muito mais sua vida cotidiana e seus anseios. Adolescentes do meio rural encontram dificuldade em articular as razões pelas quais gostam ou não das telenovelas, enquanto que os urbanos

fazem críticas mais sofisticadas quanto à forma, desenvolvimento da trama e sobre o perfil dos personagens. Em ambos os segmentos a influência da telenovela se dá de modo superficial, ligada somente ao campo estético, tratando-se apenas da exteriorização de uma vontade pré-existente. Ela seria um potencializador do caráter porque possuem uma história anterior e uma convivência com outras instituições que os ajudam a posicionar-se frente à telenovela, ou seja, já apresentam um grau de elaboração da realidade suficientemente crítico.

4) Sobre as mediações presentes na recepção, as pesquisas dizem e demonstram que estudá-las é senão estudar as identidades e que a importância da identidade cultural no conjunto das mediações que intervêm neste processo depende de como ela se estrutura e estrutura o cotidiano da audiência. Embora os modos e hábitos de ver televisão, e seus gêneros, seja tributário de aspectos socioeconômicos, etários e sexuais, outros aspectos identitários podem ultrapassar estas condições e articular audiência televisiva e identidade cultural. No espaço rural, por exemplo, os elementos configuradores da recepção são de natureza doméstico-produtivo porque a família controla questões de consumo e comportamento, além de ser o próprio grupo de trabalho. A religiosidade também é configuradora porque os princípios cristãos fazem parte da educação, assim como os laços comunitários, porque certos padrões de comportamento são mantidos devido à vigilância exercida pela comunidade. A televisão como mediadora entre o ethos urbano e rural consegue uma homogeneização parcial porque ao mesmo tempo em que torna a vida rural um “hotel-fazenda”, mostra o fazendeiro como a classe rural em torno da qual se agrega a classe que lhes presta serviço, aflorando elementos distintivos de classe. A TV e a telenovela reforçam a imagem do urbano em função do contato que os receptores têm com a cidade, mas no caso da imagem rural, ela é diferente das representações dos habitantes deste meio.

5) Quando o público são adolescentes, a televisão é tida como indispensável em suas vidas porque “preenche o espaço vazio” e faz “companhia”, apesar de não ser sua atividade preferida. Ela é o meio que os jovens consomem menos, pois não a consideram adequada para eles, no entanto, conhecem detalhes de sua programação e questionam, por exemplo, o modelo de vida proposto pelas telenovelas.

Eles buscam meios segmentados que tratem de assuntos de seu interesse, por isto o rádio é o meio preferido, ao dedicar-se à veiculação musical, e oferecer seu estilo de programação e linguagem, como notícias rápidas, música com créditos, piadas misturadas ao restante da programação. Adolescentes do meio rural assistem televisão de forma contínua, após o dia de estudos e trabalho, como única forma de lazer, e os urbanos de forma fragmentada, em função do número maior de possibilidades de lazer e atividades que a cidade oferece. Nos dois casos, o tempo disponibilizado para assistir televisão é determinado pela rotina diária e não tanto pela grade de programação.

A recepção é mediada principalmente pela família (censura em relação à programação, acompanhamento e supervisão, válvula de escape do diálogo familiar), mas também pelos professores e fontes de informação, que lhes permitem estabelecer comparações e críticas. Conhecem seu funcionamento, percebem que a televisão influencia as pessoas, e a eles próprios no que se refere ao modelo de comportamento e ao consumo.

No processo de recepção captam o que lhes convêm, discriminam o conteúdo assistido, não acreditam em tudo o que assistem, discutem nas aulas e têm opinião própria. A apropriação da mensagem não coincide necessariamente com sua recepção inicial porque envolve um processo contínuo de elaboração discursiva. Suas dificuldades escolares têm relação com a competição estabelecida entre a televisão e a escola, pois frente à televisão esta parece monótona. A idéia de que a única televisão boa é a educativa corresponde à lógica do discurso escolar, não às representações dos jovens, que não conseguem imaginar que uma instituição criada para entreter e levar ao consumo, possa ser educativa. Além disso, os programas educativos não estão entre seus preferidos, pois outras linguagens estão presentes e ocupam um lugar mais importante na vida dos alunos.

Como mediadores do processo de recepção, os professores vêem a interação do adolescente com a televisão como obstáculo no processo educativo, pois ela não oferece conteúdos apropriados, também não conseguem enxergar esta interação como um vínculo mais amplo do que a mera manipulação, ainda que como audiência reconheçam que esta relação também implica lazer, afetividade, companhia, interação social. Os professores oscilam entre a fascinação com eficácia da televisão e a convicção que é uma influência ruim. Os discursos sobre a TV circulam nas salas de aula e nos recreios sob a forma de discurso “subterrâneo” ou discurso de ocasião aproveitado pelo professor.

6) Em relação às crianças, também foi dito que a escola encara a TV com inveja e desconfiança porque ela transmite conhecimentos em curto tempo e prende a atenção, assim como acredita que esta transmissão provoque passividade por não permitir questionamentos, sem perceber que alguns sistemas de ensino também são uma “rua de mão única”.

Os dados apontam que a televisão enriquece a vida imaginativa das crianças através das narrativas, sendo que não há relação de causa-e-efeito entre sua audiência e a menor imaginatividade, talvez por isto, algumas crianças não duvidem do que vêem na TV. Ela não substitui a imaginação criativa da criança porque esta brinca com a televisão, exercita sua imaginação através dela, e a dispersão é uma forma da criança reagir à programação que não corresponde às suas necessidades, sendo que a porcentagem de crianças que assistem desta maneira é maior quanto menores são as condições socioeconômicas. A seleção da programação pela criança se dá por “amadurecimento intelectual” ou no rol de outras opções de lazer que preenchem certas necessidades.

Os adultos podem contribuir com a reelaboração imaginária dos conteúdos televisivos através da valorização da conversação. A sedução da TV envolve a tensão existente entre os contextos de produção e recepção, assim as lacunas supridas por alguns programas no

cotidiano das crianças estão relacionadas à pobreza geral da programação televisiva e à falta da prática dos mais velhos de contar histórias. Por outro lado, em alguns casos ela funciona como um “realimentador” da conversa familiar, pois é comum a criança comentar o que assiste e fazer perguntas sobre o que viu. A identificação com os heróis de certas narrativas leva a criança a questionar o mundo, mas também a viver simbolicamente exemplos de força, beleza, ousadia ou nobreza. Não é permitido, portanto, esquecer a ambigüidade trazida pela televisão, mas que ela é fundamental para a idéia que as crianças fazem do resto do mundo.

Há diferenças de preferência na programação em função do sexo da criança, mas as telenovelas são consenso, sendo que pais das classes populares acreditam que elas mostram a vida, enquanto que os de classe média consideram o gênero pouco interessante, apesar de todos formarem parte de sua audiência. Pais de diferentes estratos sociais tendem a não saber o tempo de exposição dos filhos à TV e a que tipo de programação. A televisão é fonte de diversão para as crianças, independente da classe social, mas praticamente a única para as carentes.

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES FINAIS:

Os avanços dos trabalhos para a época, em sua maioria, dizem respeito à originalidade dos temas: telenovela e o cotidiano dos adolescente, recepção da cultura de massa no meio rural, o papel dos sons na recepção ficcional, o personagem vilão como mediador de questões sociais e políticas, etc. Em relação às crianças como receptores, os avanços derivam de um olhar menos preconceituoso, pois antes a TV era vista como ardilosa, seduzindo crianças muito indefesas que não dispunham de mecanismos para lhe opor nenhuma resistência. Isto possibilitou também a ampliação do diálogo entre a televisão, família e a escola.

Do ponto de vista metodológicos o maior avanço foi a implementação em estudos empíricos da teoria das mediações, em alguns casos conjugando-a com o modelo das multimídiações, o que se mostrou eficaz para explorar categorias de análise emergentes do próprio objeto e para sua operacionalização. Esta perspectiva superou tratamentos de cunho comportamental da metade da década em diante.

No que diz respeito aos limites apresentados pelo conjunto dos trabalhos, verificou-se que nem todos que se propunham a ser interdisciplinares alcançaram este objetivo, pois na instância metodológica e analítica não foram implementadas as articulações necessárias. Alguns trabalhos, especialmente de mestrado, carecem de consistência teórica uma vez que apresentam apenas uma revisão bibliográfica e não um suporte para enfrentar o problema de pesquisa.

Certas conclusões estão baseadas em indícios fracos e calcadas em construções metodológicas precárias, além de apresentarem certas contradições entre a perspectiva epistemológica, teórica e metodológica. Outros apesar de terem trabalho de campo beiram ao ensaísmo, mesmo tratando-se de teses. As amostras de maneira geral foram mal

constituídas ou mal declaradas nos relatos de pesquisa, aliás os capítulos metodológicos estão ausentes da maioria dos trabalhos. Procedimentos e técnicas não são problematizados à luz do objeto e problema de pesquisa, às vezes beirando a uma receita que deve ser repetida. Nos trabalhos quantitativos não há formalização adequada dos dados, fragilizando as análises e resultados. De modo geral falta rigor formal para as teses e dissertações, que carecem às vezes de coerência entre os termos, como por exemplo entre as premissas referentes a distintos elementos do processo de comunicação ou entre premissas e hipóteses.

A análise das falas dos receptores em nenhum caso mereceu uma técnica mais acurada, sendo tomadas sem a necessária articulação com seu mundo simbólico e social, ou seja, não há processo analítico e interpretativo dos discursos, apenas a transcrição das respostas às questões feitas pelo pesquisador.

De maneira geral as pesquisas desconsideram os trabalhos anteriores, por isto propõem objetos parecidos, chegam a resultados similares sem estabelecer comparações, sem avançar em direção à superação de algumas lacunas, sem remeterem-se ao desenvolvimento do campo. Também não tiveram nenhuma relação com as pesquisas desenvolvidas no mercado. Para finalizar, poucos trabalhos deixaram novas hipóteses a serem exploradas pelo campo e seus pares e nenhuma delas foi retomada pelas pesquisas realizadas na década seguinte.

Aqui não estão analisados os trabalhos desenvolvidos por pesquisadores junior e sênior e certamente entre eles encontram-se trabalhos que superam os pontos aqui levantados e agregam conhecimento ao campo. Na década de 90, por exemplo, Antônio Fausto Neto, coordenou pesquisas que analisaram a recepção do Canal Saúde (1997), de telejornais (1996) e da TV Escola/ Projeto do MEC (2000); Maria Aparecida Baccega coordenou uma pesquisa sobre a recepção das telenovelas veiculadas no período de 1986-a 90; Denise Cogo e Pedro Gilberto Gomes (1998) estudaram a relação de adolescentes com a televisão utilizando o modelo proposto por Orozco, antecedido por uma pesquisa quantitativa (Gomes, 1995) e depois exploraram a mediação da família e da escola na relação de adolescentes com a televisão (1999); sobre os hábitos de consumo de TV; Sérgio Capparelli, Thomas Tufte e Nilda Jacks (no prelo), averiguaram aspectos culturais da introdução da TV a cabo (Porto Alegre) entre famílias de assinantes, explorando a aproximação entre Economia Política e Estudos Culturais para entender as relações entre o sistema televisivo e as práticas de consumo; Maria Immacolata Lopes (2002) coordenou uma exploração metodológica para analisar a recepção de telenovela a partir do modelo das multi-mediações de Guillermo Orozco, agregando a discussão sobre classe e poder, além da subjetividade como uma das mediações fundamentais do processo receptivo, entre outros trabalhos. São pesquisas que exploraram diversas possibilidades teórico –metodológicas e conceituais, trazem novas informações empíricas ou confirmam de maneira mais densa dados em circulação.

Adentrando na década seguinte, de 2000 a 2002 foram realizados cerca de 108 trabalhos, entre teses e dissertações, sobre televisão, em um total de 1665, sendo que cerca de 19 sobre recepção. Observando as temáticas a que se dedicam e os enfoques teórico-metodológicos indicados nos resumos (Stumpf, 2005), pode-se dizer que ainda persiste o

aporte dos estudos culturais, em particular a perspectiva latino-americana, que o gênero mais estudado é telenovela, que a TV a cabo foi objeto de apenas dois trabalhos e que a maioria deles continua sendo realizados no nível de mestrado. Temporariamente também pode ser dito que os trabalhos não exploram os resultados empíricos conhecidos como base para pressupostos sobre determinados fenômenos e que poucos pesquisadores dão continuidade às suas dissertações em suas pesquisa de doutorado. Um raro exemplo é o trabalho de Veneza Ronsini (2004), que estuda os usos sociais da televisão por grupos familiares de origem rural, vivendo no meio urbano, de modo a perceber a utilização da realidade social veiculada pela TV para a transformação/permanência de sua identidade. As famílias estudadas pertencem à mesma comunidade ou são até parentes das famílias analisadas em sua dissertação de mestrado. Contribuições como esta, e de poucos outros como Jiani Bonin, que explora aspectos diversos da relação de receptores com a televisão em suas duas pesquisas de pós-graduação (1996, 2001), mantendo uma perspectiva teórica similar, certificam a busca de adensamento das discussões nesta área, que necessariamente tem que solidificar-se para contribuir ainda mais para o entendimento da trama simbólica contemporânea, fortemente tecida pela televisão e seus receptores.

Referências

- BONIN, J. (1996). *Mediações na recepção de TV: o “Campo e Lavoura”*. Em *Rio Fortuna-SC*. Viçosa. **Dissertação** (Mestrado em Extensão Rural). Universidade Federal de Viçosa.
- BONIN, J. (2001). *Identidade Étnica, Cotidiano Familiar e Telenovela*. Tese. (Doutorado em Ciências da Comunicação). Escola de Comunicação e Artes. USP, São Paulo.
- GOMES, P. e COGO, D. (1998). *O adolescente e a Televisão*. S. Leopoldo. IEL/Ed. Unisinos.
- GOMES, P. e COGO, D. (1996). *Televisão e audiência. Aspectos quantitativos e qualitativos*. S. Leopoldo. Ed. Unisinos.
- LOPES, M. I., BORELLI, S. H.S. e RESENDE, Vera da R. (2002). *Vivendo com a telenovela. Mediações, recepção, teleficcionalidade*. São Paulo: Summus.
- ESCOSTEGUY, A. (2004). D. *Notas para um estado da arte sobre os estudos brasileiros de recepção nos anos 90*. In MACHADO, J.; LEMOS, A.; SÁ, S. (orgs.) **Mídia**. Porto Alegre: Sulina.
- RONSINI, V. (2004). *Entre a capela e a caixa de abelhas. Identidade cultural de gringos e gaúchos*. Porto Alegre: EDIPUCRS.

STUMPF, I. C.; ROCHA, R.; VANZ, S. A. (2005). Teses e Dissertações em Comunicação no Brasil (2000-2002): resumos. Porto Alegre: UFRGS.

Corpus

1) TV a cabo

a) Comportamental:

AREU, G. (1993). *O novo telespectador*. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). Escola de Comunicação e Artes. USP, São Paulo.

GOMES, A. N. (1999). *GENTE QUE PAGA TV: O telespectador da TV por assinatura no Brasil*. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Metodista de São Paulo.

b) Sócio-cultural:

BRITTOS, V. (1996). *Recepção e TV a cabo: A mediação da identidade cultural pelotense*. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

PIRES, R. (1999). *Modos de Recepção entre Usos e Hábitos: Uma análise do deslocamento do usuário pela rede de programação da TV a cabo*. Dissertação (Departamento de Comunicação Social). Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

2) TV aberta

a) comportamental

MEDEIROS, A. (1998). *A violência no cotidiano das crianças: a televisão e a influência dos super-heróis: heróis, heroínas, vilões e vilãs*. Dissertação. (Mestrado em Comunicação). Universidade Metodista de São Paulo.

RANGEL, J. G. *Exposição à violência na televisão e suas correlações no contexto de variáveis psicológicas e sócio-demográficas dos adolescentes*. Dissertação. (Mestrado em Comunicação). Universidade Metodista de São Paulo.

b) sócio-cultural

BAPTISTA, M. L. (1994). *Comunicação: Trama de desejos e de espelho; os metalúrgicos, a telenovela e a comunicação sindical*. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo.

BRANDÃO, L. (1997). *O adolescente e a televisão: um receptor passivo?* Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

ELIAS, M. (1996). *O adolescente diante da telenovela : uma análise das vivências rurais e urbanas na cidade de Piracicaba*. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo.

GIRARDELLO, G. (1998). *Televisão e imaginação infantil: histórias da Costa da Lagoa*. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo.

GOMES, M. (1995). *Ingenuidade e televisão: investigação sobre o conceito de recepção e o processo comunicativo*. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea). Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, Salvador.

JACKS, N. (1993). *A recepção na querência: estudo da audiência e da identidade cultural gaúcha como mediação simbólica*. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo.

MARTINS, S. (1997). *Adolescência e recepção: a mídia em ritmo de video-clip*. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

NATANSOHN, L. (1998). *Educação e Meios de Comunicação: recepção e usos da TV na escola*. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea). Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, Salvador.

RONSINI, V. (1993). *Cotidiano rural e recepção da televisão: o caso Três Barras*. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo.

SALINAS, F. (1994). *O som na telenovela: articulações som e receptor*. 1994. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo.

SILVA, M. (1991). *Televisão invisível: o receptor e o olhar simbólico*. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo.

SOUZA, M. (1996). *O papel social do vilão: leituras e usos sociais do vilão no cotidiano de receptores de telenovela*. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo.

SILVEIRA, D. (1992). *A máquina dos sonhos: imaginário e cotidiano de dois grupos de crianças espectadoras de TV*. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo.

VILAR, L. (1995). *TV e janelas da vida cotidiana*. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo.

NOTAS

- (1) Uma versão resumida deste texto terá publicação em livro.
- (2) A pesquisa contou com a participação dos bolsistas Daiane Menezes (BIC), Felipe Schroeder (PIBIC) e Emily Canto como voluntária.
- (3) A década terminou com 20 Programas.
- (4) Neste número não estão contados os trabalhos realizados em 1990 e 91, pois a CAPES, órgão responsável pela Pós-graduação brasileira, só começou a divulgar os resumos sobre esta produção acadêmica a partir de 1992.
- (5) O *corpus* das pesquisas de recepção é composto de 49 trabalhos, sendo a televisão o meio mais estudado.
- (6) Utiliza-se a classificação proposta por Ana Carolina Escosteguy (2004), que analisou o mesmo *corpus* e identificou as pesquisas como de abordagem sociocultural, comportamental e com outras abordagens.
- (7) Relatórios com a identificação das pesquisas e seus autores estarão em breve à disposição dos pesquisadores no site www.ufrgs.br/midiatica

Artículo recibido: 27 de enero de 2006

Artículo aceptado: 28 de febrero de 2006