

A recepção sendo reinterpretada

O ontem atualizado

Se a busca do novo é sempre instigante, ela é tanto mais complexa conforme a extensão de questões nela envolvida. A perspectiva de pesquisa de novos olhares para a análise das práticas de recepção aos meios de comunicação social, ou recepção mediática, está nesse contexto. É uma perspectiva sedutora, porque propõe o novo, mas é complexa pela extensão de questões presentes nessa busca.

Observe-se que a indicação de busca de novos olhares sobre as práticas de recepção deixa entrever que há algum tipo de limitação nos olhares que até agora permearam a análise dessas mesmas práticas. Eles é que justificariam a busca do novo. Eles poderiam se situar na esfera dos suportes conceituais e teóricos até agora disponíveis para a análise dessas mesmas práticas, mas também poderiam representar a dificuldade de se apreender empiricamente a sua dinâmica.

Se retomado aqui o modo como se constroem as proposições conceituais e teóricas na pesquisa científica, essas limitações podem de fato estar na forma como foram organizadas e estruturadas essas proposições explicativas. Mas, podem também significar que o desenvolvimento do processo de mudança no interior e na vivência dessas mesmas práticas de recepção desatualizou a significação e a pertinência desses suportes

explicativos. As limitações do quadro teórico refletiriam, na verdade, o próprio mundo das práticas de recepção, e de seu processo de mudanças, processo que ainda não teria sido apreendido de forma suficiente pelos modelos explicativos disponíveis a respeito.

Se lembrado ainda que na pesquisa científica a metodologia é determinante na forma como se chega à realidade empírica e que não é possível chegar até ela desprovido de olhares prévios orientadores, têm-se, que na pesquisa da temática da recepção a busca de novos olhares sobre práticas de recepção poderia indicar que há algum tipo de conflito entre teoria e prática ou vice-versa.

Mas é Miège quem adverte: “as teorias de comunicação disponíveis e conseqüentemente o pensamento comunicacional são construções intelectuais, mitos ou discursos portadores de ideologia e respostas a perguntas ‘práticas’ que os homens se fazem em certas condições sociais. Afirmar que um desses componentes é mais importante (ou mesmo anterior aos outros) é uma posição dificilmente defensável e chegaria a separar a história das idéias, das práticas, quando as duas estão intrinsecamente ligadas”¹.

Esse espectro inicial de questões possíveis, advindas do questionamento do próprio objeto proposto de pesquisa de novos olhares sobre práticas de recepção pode se desdobrar

(1) Miège, Bernard. *Pensamiento Comunicacional. Univ. IberoAmericana, México, 1996, p.46.*

Mauro Wilton de Sousa é Sociólogo, Professor Livre-Docente e Pesquisador junto ao Departamento de Cinema, Rádio e TV da ECA/USP. É Coordenador do Grupo de Estudos sobre Práticas de Recepção a Produtos Mediáticos da ECA/USP.



em tantos outros indicando que essa é uma temática bem mais ampla e complexa, isto é, o que está sendo de fato objeto de indagação, entre os olhares novos e os antigos, entre a teoria e a prática, é a temática da recepção em si mesma.

E tem-se um novo veio de questões igualmente conflitivo. A temática da recepção só é possível de ser problematizada, isto é, de se buscar conhecer os nexos que a definem, quando conectada ao que a insere, a própria comunicação social.

Em outros termos, indagar sobre a temática da recepção exige que necessariamente se reporte a uma questão fundadora, a compreensão do que se entende por comunicação na vida social contemporânea. O campo da recepção mediática não tem autonomia, é conectado ao que o precede, o campo mais amplo da comunicação social.

Ora, nessa seqüência de argumentação, a pesquisa sobre novos modos de se referenciar as práticas de recepção pode também ser vista como sendo a busca de novos olhares sobre a própria comunicação. E esse é por si só um outro, longo e ainda mais amplo objeto de indagação.

Recorde-se, no entanto, que a centralidade contemporânea da comunicação está ligada à presença generalizada e diversificada de suportes e processos técnicos que a mediam. A comunicação presencial e interpessoal, matriz do processo de relações sociais, à medida que recebe o concurso da técnica, chegando ao que se denomina como a fase da comunicação coletiva, efetiva um novo modo de se compreender a comunicação na sociedade e especialmente neste século. Comunicação e técnica, ou comunicação coletiva mediatizada, passou a ser o novo eixo definidor da centralidade crescente do processo da comunicação na vida social. A configuração

contemporânea de uma terceira fase de comunicação, já não mais só interpessoal ou coletiva, mas virtual, reforça esse eixo entre comunicação e técnica, e o amplia para um outro, o da relação entre técnica e sociedade.

A mediação dos diferentes suportes técnicos passou a ser estruturante na forma como se realizam e são interpretadas as diferentes práticas de comunicação social. A concepção da comunicação social contemporânea e o debate sobre seu lugar social passou a se vincular à análise do lugar social dos diferentes media. E adentra-se, então, num caminho onde se corre o risco de analisar e compreender o processo social da comunicação reduzindo-o à significação dos diferentes meios tecnológicos que hoje o mediam, embora não se possa, num eixo oposto, ignorá-los e à significação da técnica que lhes serve de suporte. Esse caminho pressupõe mais do que o reconhecimento da presença da técnica e sua relação com a comunicação, mas revisar o próprio significado da técnica, as suas transformações, o esgotamento do modelo industrial onde se configura, e suas aproximações no que se define hoje como uma sociedade pós-industrial.

É essa dimensão constitutiva da técnica à comunicação, e desta à compreensão de como a sociedade se caracteriza, que também faz entender porque comunicação tem aí uma de suas motivações para se colocar como centralidade explicativa de um novo modo de se estruturar a vida social, logo, uma dimensão sua, e, necessariamente política e social. Não é, pois, difícil entender porque a análise da comunicação não é estranha à análise dos modelos de sociedade, numa interposição que possibilita, neste final de século, que se denomine como sendo uma sociedade da comunicação ou uma sociedade centrada na



presença e na atuação dos media². E assim, do reconhecimento da presença e da importância da técnica na constituição dos meios de comunicação, e estes na construção do que se entende hoje por comunicação, esta passou a ser, pelo concurso daqueles, a própria categoria explicativa fundamental da sociedade contemporânea. Entende-se a razão de se afirmar que a comunicação passou a ser vista como “poder de gestão da técnica”³, ou, porque a crítica da comunicação toma-se “uma crítica da tecnocomunicação”⁴.

A complexidade da temática da recepção mediática se insere exatamente nesse contexto. É aí que ela se coloca como sendo de fato o objeto que justifica a busca de novos olhares para sua compreensão. É aí que ela se coloca como sendo o objeto que importa problematizar, revisitar e reinterpretar, a temática da recepção, vinculada mas não resumida à relação com os media. O termo recepção, isoladamente, ou associado aos media, donde expressões como recepção mediática, ou recepção a produtos mediáticos, seriam ainda limitados por não evidenciarem exatamente o que está subentendido, o lugar de mediação e não só de determinação de técnicas de comunicação, num contexto de sociedade que pode centralizá-las e tomá-las instituições sociais hegemônicas num tempo dado, mas não enquanto instituições sociais únicas e sempre determinantes por si mesmas.

A temática da recepção estaria no quadro mais amplo das relações sociais e culturais, em seu jogo de significações históricas, incluindo, mas não dependendo apenas dos media. A recepção mediática, mesmo na compreensão contemporânea limitada e predominantemente ligada à relação com os media, tem sua atualidade precisamente por ser o eixo mais visível e sensível por onde se pode

aquilatar a significação do processo de comunicação como um todo, no qual os media se colocam como mediação. Nesse sentido, os estudos que envolvem o receptor, o ouvinte, o público e o consumidor apenas frente aos media poderiam reproduzir só ressonância de impactos comportamentais diversos, próximos e circunstanciais, e pouco do que traduzem enquanto componentes de um jogo político e cultural mais amplo. A recepção poderia até ser confundida apenas com processos de construção de usuários, à medida que estas tecnologias se diversificam (TV generalista, a cabo, Internet, etc.) e se generalizam por todas as sociedades⁵, mas não se apreende o antecedente que são as relações que constituem a criação de sociedade de classes, massas, grupos e tribos da vida cultural social. Recepção, assim restrita à relação com os media, reforçaria a noção de receptor enquanto sujeito-mercado e não sujeito-ator social. Seria compreender a recepção, e portanto a comunicação, como determinada a partir da técnica, quando esta de fato não tem por si só autonomia na vida social, ela também é componente de um processo de relações sociais e culturais mais complexo.

Ora, estas questões, se de um lado ajudam a problematizar o campo da recepção como uma temática da pesquisa, deixam entrever que de fato os novos olhares a seu respeito também são o nome novo para se dizer sobre a necessidade de modelos interpretativos das práticas sociais de comunicação mediatizada, de forma mais abrangente.

Talvez a temática da recepção ainda se ressinta da influência de décadas recentes, no conjunto das ciências humanas e sociais, quando se buscavam modelos explicativos abrangentes para dar conta do semelhante e do diverso. Algo como

(2) **Vattimo, Gianni. A sociedade transparente. Ed. Relógio D'água. Portugal, 1992.**

(3) **Quéré, Louis. Des Miroirs Equivoques. Ed. Aubier, Paris, 1982, p.29.**

(4) **Sfez, Lucien. Crítica da comunicação. Ed. Loyola, S.P., p. 21.**

(5) **Hoinéff, Nelson. A nova televisão. Ed. Re/ume Dumará, R.J., 1996.**



que um modelo único que pudesse ser definido em si mesmo, modelo de respostas assertivas e finais para o que é contraditório e instável, e não necessariamente universal.

Isso explica porque a temática da recepção, na sua compreensão até há pouco predominante, de campo de estudo de impactos sociais a partir da técnica e do emissor, parece voltar permanentemente às questões de sempre, num retomar hoje o que foi proposto ontem, num acumular de questões em busca de respostas pretensamente definitivas, assertivas e finais. Recorde-se que, se no início do século, a indagação sobre o lugar dos media no comportamento social, nas eleições, na educação de jovens, e na ampliação da violência era uma constante, essas são questões ainda de hoje. E outras tantas questões de hoje estiveram presentes nas indagações de ontem.

É nesse contexto que a atual temática da recepção pode ser vista como exaurida pelos modelos que a sustentaram até agora, justificando ser revisitada e reinterpretada, donde a busca de novos olhares para sua compreensão. Na forma atual, é como se ela estivesse indelevelmente marcada, a exemplo do que são os termos teóricos em lógica científica, pelo contexto explicativo da sua teoria de origem, portanto datada num tempo histórico. Uma temática ainda indelevelmente marcada pelas motivações epistemológicas com as quais foi estudada num tempo dado ao longo deste século.

A recepção segundo problemáticas

A busca desses novos olhares sobre as práticas de recepção não é recente. Ela se reporta à própria construção do pensamento comunicacional neste século e em dois momentos bem distintos, segundo Miège: um, que se dá entre os anos cinqüenta e setenta, é marcado pela

significação das correntes fundadoras do pensamento comunicacional em três direções, ou seja, o modelo cibernético, o enfoque empírico funcionalista e o modelo estrutural, com suas aplicações no campo da lingüística. Um segundo momento, caracterizado entre os anos setenta e oitenta, é quando o pensamento comunicacional se desenvolve segundo problemáticas, especialmente disciplinares, como aquelas derivadas da economia política, da pragmática, da etnografia da comunicação e de sociologias da técnica e da mediação⁶.

A temática da recepção se insere neste contexto. É então que, ainda segundo Miège, a recepção foi vista como sendo “a dimensão oculta e ignorada da comunicação”⁷, exatamente na perspectiva das correntes fundadoras, que privilegiavam o processo da emissão sobre o da recepção. Já o que se denomina de novos olhares sobre recepção, ou recepção revisitada⁸, ou mesmo os caminhos por onde “o destinatário destrona o emissor”⁹, reflete o esforço de superação das posturas explicativas quanto à recepção presentes nas correntes fundadoras.

De fato, o que hoje se questiona como sendo fator de tensão e limitação na compreensão da temática da recepção está de alguma forma configurado, e ainda que superposto ao longo da história recente da comunicação, ao que se denominou de correntes fundadoras. Observe-se, por exemplo, que a própria concepção de recepção como sendo destinatária do processo da comunicação, da forma dual e assíncrona que hoje a caracteriza, se reporta ao modelo informacional cuja matriz ainda hoje serve de base para análise do processo da comunicação¹⁰. Observe-se ainda que a dimensão de recepção como pouco ativa e interativa, mais circunscrita aos atores imediatos do ato comunicativo, numa esfera

(6) Miège, Bernard. *Op. cit.*, p.5.

(7) Miège, Bernard. *Idem*, p. 71.

(8) Belisle, Claire e outros.

Médias, la réception revisitée. Rev. Media Pouvoirs. N.25, 1992, p.4.

(9) Sfez, Lucien. *Op. cit.* p. 88.

(10) Wolf, Mauro. *Teorias da Comunicação. Editorial Presença,*

Lisboa, 1987, p.98.



relacionais microsociais¹¹, liga-se sobremaneira à tradição dos estudos norte-americanos do início do século, no enfoque empírico-funcionalista.

A temática da recepção se reporta ainda hoje aos estudos sustentados na visão estruturalista, quer nas dificuldades de se superar o que Wolf denominou de enfoque informacional semiótico-textual, quer em estudos de fundo mais sócio-econômico, nas dificuldades para dar conta de como indivíduo e meios de comunicação interagem no contexto de relações sociais e onde é igualmente difícil dar conta de como indivíduo e sociedade são ao mesmo tempo atores e estruturas¹².

A própria concepção de comunicação como dependente da técnica, e esta, servindo-se de um pretenso poder de autonomia no quadro das relações sociais, e refletindo um modo de ver a recepção enquanto consequência do se expor e do fazer uso de técnicas de comunicação coletiva, faz nexos com estudos de base estruturalista. Outros diferentes aspectos poderiam ser apontados na indicação de que há uma relação de proximidade entre o modo como se concebeu recepção, oculta e esquecida, porque foi privilegiado o emissor e suas vinculações com estruturas e aparatos sociais, nas concepções fundadoras da comunicação contemporânea. As dificuldades e os esgotamentos dos paradigmas nos quais se situavam estas correntes fundadoras, ampliou a visibilidade das limitações com que se interpretava até então a recepção como componente do processo de comunicação social.

A busca de novas formas de sustentação conceitual das práticas de recepção vem se dando na análise dos limites dos paradigmas de origem, mas sobretudo, através do estudo de problemáticas disciplinares diversas, que como olhares novos trazem ainda

configurações plurais para a recepção enquanto objeto de investigação. Apesar de se manter o termo recepção ainda como predominante, mas sob usos ressignificados, começam a surgir termos novos nessa busca, como “prática mediática”, “usos e gratificações”, “experiência mediática”, “produtos mediáticos”, indicando que a recepção vem sendo trabalhada mais como conjunto de relações sociais e culturais mediadoras da comunicação como processo social, ou, “atividade complexa de interpretação e de produção de sentido e de prazer”¹³. Esse se coloca como eixo novo que justifica entender a recepção ser reinterpretada e ressignificada, ainda que mantendo-se o termo receptor e suas limitações.

Belisle¹⁴ observa que se ontem os estudos de cunho funcionalista partiam de uma indagação sobre os efeitos dos meios de comunicação sobre os indivíduos, hoje indaga-se mais sobre o que estes fazem com os meios de comunicação social. Os estudos sobre usos e gratificações, ou aqueles sobre “agenda setting”, seriam indicações, ainda que no enfoque funcionalista, dessas novas direções de pesquisa.

Em outro contexto de estudos, Reyher aponta que talvez venha da própria experiência do cotidiano a capacidade sedutora e ao mesmo tempo subversiva dos media na vida social, e que Marcondes Filho assim sintetiza: “Há, de fato (...) uma experiência de carência nas massas: falta-lhes a ação, a realização, falta-lhes o processo de praticar suas emoções, seus desejos. Em um mundo onde todas as ofertas de felicidade, alegria, emoção e ação são vivenciadas em segunda mão e apreendidas só abstratamente, falta no receptor a experiência de agir concretamente. Aí estaria a grande capacidade subversiva dos meios.”¹⁵

No entanto, diferentes outras

(11) Quéré, Louis. *Op. cit.*, p.122.

(12) Wolf, Mauro. *Op. cit.*, p. 11.

(13) Belisle, Claire e outros. *Op.*

Cit., p. 4.

(14) Belisle, Claire e outros. *Idem*, p.11.

(15) Marcondes Filho, Ciro (org).

A Linguagem da Sedução, Ed.

Com-Arte, 1985, pg. 6.



indicações de estudos, têm revisto a temática da recepção e podem ser assim indicadas, em síntese feita aqui a partir de estudo de Belisle¹⁶:

A) estudos voltados à **interação**, sob o ângulo da etnografia, da psicologia e da sua dimensão clínica, buscam entender como o contexto torna-se significante, como cabe ao receptor a relação que estabelece com os meios de comunicação. Para Bateson e estudiosos de Palo Alto, na presença de interlocutores não há como não se comunicar, há um processo interativo, ainda que inconsciente;

B) estudos voltados à **interlocução e linguagem**, retomam o lugar do sujeito nas situações de comunicação lingüística, onde a significação não se dá apenas a ser reconhecida, mas é concretamente construída e negociada pelos agentes da comunicação no decurso da própria ação dialógica. São estudos a partir da teoria de Searle, dentro da concepção dinâmica da interação lingüística em comunicação;

C) estudos voltados às **práticas sociais enquanto sistemas significantes** são realizados a partir da semiologia buscando dar conta sobre como atuam na produção efetiva, material e corporal, individual e social no contexto histórico das significações. Estudos de Metz sobre a linguagem cinematográfica, tanto quanto estudos de Eco sobre códigos e signos, são indicativos deste eixo de preocupações mais voltado à análise semiológica aplicada à comunicação;

D) estudos voltados à **genealogia das práticas culturais**, ligados ao que se denomina de *École des Annales*, têm na leitura um de seus suportes principais. Procura identificar como universos sociais distintos se unem a gestos e pensamentos que circulam na leitura de textos, criando uma “aproximação diferencial” da leitura;

E) estudos sobre a **interatividade do sujeito na** recepção, ou estudos sobre a estética da recepção, ou ainda Escola de Constança, volta-se à leitura como uma experiência cheia de sentidos. Segundo Jauss, o leitor questiona e reinterpreta, numa experiência que também é de prazer e de jogo¹⁷;

F) estudos de Winnicott e outros baseados na psicologia, procuram a análise dos espaços intermediários entre o indivíduo e seu contexto, a realidade psíquica individual e as contradições e estimulações do meio ambiente.

A esses diferentes enfoques interpretativos da questão da recepção em comunicação, em olhares mais voltados à linguagem e questões da psicologia social e aqui identificados a partir de Belisle¹⁸, mas também apontados em Sfez¹⁹, e Wolf²⁰, podem ser assinalados dois outros ângulos de pesquisa.

Jean Bianchi e Henri Bourgeois entendem o processo da recepção como um jogo, o prazer de agir. O sentido real, a experiência do real e do tempo são peças importantes do que se coloca em jogo tanto quanto o inconsciente. Esse jogo se dá através de atividades que constroem as solicitações mediáticas, as que resistem às intervenções dos media, as que se dão procurando reduzir a tensão através da negociação. Assim, o receptor resiste aos media neutralizando, negando, transformando e reconstruindo o que recebe e portanto não é um consumidor passivo, é um consumidor-negociador.

Preocupação semelhante está nos estudos de Ghiglione que analisa a recepção como um contrato. O receptor está diante de uma sociedade e suas regras sistêmicas, seus signos, mas está ao lado igualmente, de sujeitos em momentos específicos, e dessa relação entre essas duas situações dá-se o caráter

(16) *Belisle, Claire e outros. Idem, p. 11 e seguintes. obs: a autora não faz referências bibliográficas dos autores citados na sua síntese à respeito.*

(17) *Estudos brasileiros nesta ótica podem ser referenciados a partir de Zilberman e Lima. Vide: Zilberman, Regina. Estética da recepção e história da literatura. Ed Ática, S.P., 1989 e Lima, Luis Costa. A literatura e o leitor. Ed. Paz e Terra, RJ., 1979.*

(18) *Belisle, Claire e outros. Op. cit.*

(19) *Sfez Lucien. Op. cit.*
(20) *Wolf, Mauro. Op. cit.*



potencialmente discursivo da relação, cuja transformação em diálogo regular é mediatizada pela realização de um contrato de comunicação²¹.

Caminhos atuais

Apesar destas novas indicações, entre diversas outras sendo pesquisadas, têm-se que a temática da recepção ainda está a trabalhar a pesquisa de suportes conceituais e teóricos para dar conta de diferentes práticas de recepção no mundo contemporâneo. Talvez isso explique porque Fausto Neto, a partir da tradição brasileira de estudos à respeito, tenha assegurado que “no caso específico sobre recepção, vale dizer, de maneira direta, que não temos domínio dos equipamentos teóricos e metodológicos para descrever e explicar o que se passa entre os protocolos da emissão e da recepção de mensagens”²². A posição de Enzensberger, em 1995, embora em outro contexto e tradição de estudos da recepção, não é muito diferente, quando afirma não ver “uma teoria da recepção capaz de distinguir, de realmente averiguar o que sucede quando um texto e um leitor se encontram”²³.

No entanto, parece vigorar nestas novas buscas não só o reconhecimento de impasses dos paradigmas generalizantes que até agora orientaram a pesquisa em comunicação, mas o reconhecimento de que a saída possível deve se dar através do que se denomina de análise de problemáticas transversais e parciais. Há o pressuposto de que o progresso da ciência virá de reflexões e trabalhos fundados em metodologias intercêntricas, atravessando os campos cobertos pela comunicação, sem pretensão de visualizá-los dentro de uma totalidade. Isso rigorosamente conduzido poderia levar a uma estabilidade provisória mas suficientemente temporal, que ajuda a explicar em campos específicos

relações que unem diferentes agentes e atores sociais, “com uma necessária prudência metodológica e um cuidado analítico” conforme adverte Miège²⁴.

A pesquisa da temática da recepção também a partir de problemáticas parciais e transversais pareceu se evidenciar nas indicações há pouco apontadas em Belisle e Sfez²⁵. Mas é sobretudo a visão resignificada da recepção, numa dimensão que mais a envolve com diferentes mediações sociais e culturais, do que apenas com a conexão imediata da exposição e uso a diferentes media, que parece marcar a direção contemporânea da pesquisa em recepção, também nas tradições de estudos da comunicação que começam a se evidenciar no Brasil e na América Latina.

Os estudos culturais podem ser tidos como uma das pistas mais intensamente trilhadas nos dias atuais para análise das práticas de recepção exatamente pelo olhar resignificado com que propõe abordar a temática. É bem verdade que tais estudos têm tomado múltiplas dimensões, às vezes são chamados de etnografia da audiência, teoria da mediação, num uso nem sempre aprofundado do que se entende por mediação²⁶. É bem verdade ainda que tais estudos avançaram as pistas iniciais propostas por estudiosos ingleses de Birmingham e hoje incorporam contribuições de outros autores e de outras tradições de pesquisa em comunicação. É ainda verdade que tais estudos marcam de forma intensa esforços de jovens tradições de pesquisa e passam a ser a direção mesma por onde se tem privilegiado o estudo da recepção. Todas essas constatações e motivações justificam a intensidade com que se segue a pista dos estudos culturais nos estudos sobre comunicação.

O reconhecimento de que as práticas sociais e culturais são o espaço mesmo da vida cotidiana, por

(21) Cf. Sfez, Lucien. *Op. cit.*, p. 88. E Miège, Bernard. *Op. cit.*, p. 74.

(22) Neto, A. Fausto. *A deflagração do sentido - Estratégias de produção e captura da recepção*. In: Sousa, M. W. (org). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. Ed. Brasiliense. S. P., 1995, p. 91

(23) in: Caparelli, Sergio e Hohlfeldt, Antonio. "Enzensberger: Poder e Estética Televisiva". *Intercom*, N. 53, Revista Brasileira de Comunicação, SP, 1985, p.9

(24) Miège, Bernard. *Plaidoyer pour les problematiques transversales et partielles*. In: Miège, Bernard - *Medias et Communication en Europe - P. U. G. - Grenoble, França, 1990, p.87.*

(25) Sfez, Lucien. *Op. cit.* E Belisle, Claire e Outros. *Op. Cit.*

(26) Monodero, Claudia Herrán. *Um salto no dado: de las mediaciones al sentido*. In: Orozco Gomez, Guillermo. *Televidencia: Perspectivas para el Analisis de los procesos de recepción televisiva*. Cuaderno de comunicacion y praticas sociales. Univ. IberoAmericana, N.6, México, 1994.



onde se ressignifica a vida, onde afinal se situam as matrizes dos sentidos atribuídos à vida individual e coletiva, possibilita realocar a significação igualmente política desse espaço na construção da vida social. É nele que estariam as bases do cotidiano fragmentado, mas também as possibilidades da síntese do eu²⁷ ou, segundo Goethe, as condições de se definir “a condução da vida”²⁸.

Ora, isso explica, nesse contexto, porque a recepção, desde o cotidiano, se associa a relações que estruturam e antecedem as relações que se estabelecem com a vida e não só com os media. A proposta dos estudos culturais ingleses quanto à possibilidade de uma “recepção negociada” se justifica quando se percebe a perspectiva de que “um grupo social negocia sua recepção a partir de sua própria cultura, com o que tem de memória social específica, de conhecimentos armazenados, de expectativas demonstradas e de recursos simbólicos”²⁹.

As rupturas daí advindas, na construção do pensamento comunicacional, frente aos estudos fundadores em comunicação, explicam porque Martín-Barbero seja tão incisivo ao dizer que “a comunicação é questão de sujeitos, de atores, e não só de aparatos e de estruturas; comunicação é questão de cultura, culturas e não só de ideologias; a comunicação é questão de sujeitos, de atores e não só de aparatos e de estruturas; a comunicação é questão de produção e não só de reprodução”³⁰.

Diferentes deslocamentos e rupturas metodológicas, propondo novas estratégias no estudo da temática da recepção, igualmente têm trazido novo sentido a categorias explicativas como as que se referem à relação entre cultura e ideologia, entre negociação e dominação, entre cotidiano e sistema social, constituindo-se, pois, em um campo de problemáticas que

possibilitam um novo olhar sobre as práticas de recepção, numa urdidura ainda em andamento, mas instigante.

Outras pistas daí advêm igualmente. Retomar os estudos culturais como eixo nos estudos sobre recepção mediática e confrontá-los com aqueles que buscam atualizar o debate sobre a esfera pública contemporânea do pensamento político e social, traz novos vetores de aproximação entre cultura, comunicação e política. A indicação da possibilidade de espaços públicos parciais, fragmentados, e onde demandas sociais ganham significação frente àqueles da representação política, faz reintroduzir a comunicação, não mais como elemento de deterioração do espaço público pela sua vinculação mercadológica, mas como espaço de mediação no conflito social das sociedades democráticas emergentes. Assim, o processo da recepção poderia também ser visto como ligado à busca de participação e pertencimento a esses diferentes e fragmentados espaços da vida social, mediados pela comunicação³¹.

Enfim, novos olhares sobre práticas de recepção mediática não são só uma perspectiva de pesquisa, mas uma caminhada que se já dá na complexidade e pluralidade do que significa buscar o novo no tempo em que ele é vivido.

(27) Heller, Agnes. *O Quotidiano e a História*. Ed. Paz e Terra. RJ, 1972, p. 17.

(28) Heller, Agnes. *Idem*. p. 40.

(29) Miège, Bernard. *Op. cit.* 1925, p. 74.

(30) Martín-Barbero, Jesús. *Pré-textos*. Centro Edit. Univ. del Valle. Cali, Colômbia, 1995, p. 150.

(31) Sousa, M. W. *Recepção e Práticas Públicas de Comunicação*, Tese. ECA-USP. 1997.

