

A RECEPÇÃO SERVE PARA PENSAR: É UM 'LUGAR' DE EMBATES

THE RECEPTION SERVES TO THINK: IS A 'PLACE' OF CLASHES

Roseli Figaro¹ / Rafael Grohmann²

Resumo: Os estudos de recepção têm, na América Latina, um contexto próprio. Assim, as pesquisas de recepção posicionam-se em contraposição às principais correntes que estudam a comunicação, as quais relegam o sujeito ao papel de objeto a ser atingido, protegido, alertado ou alienado. Retomar essa discussão tem por objetivo: 1) demarcar uma compreensão sobre as relações de força sociais e históricas presentes no processo de produção do conhecimento científico; 2) salientar uma abordagem teórica e metodológica do conceito de sujeito social, ser de comunicação; 3) discutir como o contexto das últimas duas décadas tem confrontado e desafiado os pesquisadores dos estudos de recepção em sua trajetória de diferenciarem-se de abordagens teóricas que retornam (à moda dos modismos) com sua concepção linear e de fluxo de comunicação – ora o emissor ora o canal ora receptor-público-alvo. Ao cumprir esses objetivos, espera-se demarcar balizas de abordagens teóricas pertinentes às pesquisas de recepção.

Palavra chave: estudos de recepção; sujeito; cultura; hegemonia; América Latina

Abstract: The reception studies have, in Latin America, a context itself. In This context, the research of reception position themselves as opposed to major chains who study communication, and which conform upstaging the subject to object to be reached, protected, alerted or alienated. Retake this discussion aims to: 1) demarcate a understanding on relations of social and historical force present in the process of production of scientific knowledge; 2) emphasize a theoretical and methodological approach of the concept of social subject, being human communicator; 3) discuss how the context of the last two decades have confronted and challenged researchers reception studies in its trajectory to differentiate itself from theoretical approaches that return (the sets of fads) with its linear design and communication flow – transmitter, channel, receiver/targeted audience. In fulfilling these objectives, expected to demarcate beacons of relevant theoretical approaches to research reception.

Keywords: reception studies; subject; culture; hegemony; Latin America

Introdução

Falar em produção teórica no campo da comunicação na América Latina tem várias implicações. Entre elas está, sem dúvida, a de provocar os leitores para as seguintes reflexões: de que modo o espaço geográfico-humano importa para a pesquisa em comunicação? E qual a relação geopolítica, portanto de poder, implicada na adoção da terminologia dos estudos latino-americanos de recepção?

Neste artigo pretende-se sinalizar caminhos para respostas a essas duas questões, pois esgotá-las seria pretensão demasiada a que não nos propomos, bem como não é o tema central

deste trabalho. No entanto, cumprir os objetivos, em seguida elencados, demanda sinalizar nossos pontos de vista a essas indagações.

Dessa forma, contextualizar as duas perguntas anteriores à área de comunicação requer destacar as diferenças e especificidades da América Latina em relação às demais localidades do globo tendo em vista dois eixos: a) o jogo de forças marcado pela diferença, pluralidade e mestiçagem cultural (FREYRE, [1933] 2005; BUARQUE DE HOLANDA, 2014; RIBEIRO, 1970,1987); e b), pela especificidade do desenvolvimento capitalista no marco das desigualdades das relações entre “centro” e “periferia” (PRADO JR., [1966] 1987; PINTO, 2008) no jogo da globalização do modelo financeiro-informacional que vem se implantando, desde meados do século XX, como lógica de incorporação subalterna à ordem internacional (IANNI, 1992; SANTOS, 2000; FURTADO, 2003).

Tais eixos podem ser sistematizados como cultura e poder. Esses eixos são mais claramente assumidos por pesquisadores que passam a contestar as orientações teóricas até então únicas num campo de estudos ainda incipiente e que iniciava sua produção. As teorias hegemônicas, orientavam-se, via de regra, pela tradicional influência de concepções deterministas e que traduziam (e traduzem) a comunicação como transmissão linear e direta emissor/canal/receptor e suas implicações no sentido da assimilação, da manipulação ou da resistência. Mais do que isso, a perspectiva teórica hegemônica emanava (e emana) de uma determinada concepção política cujo princípio era o da produção científica dando-se do polo mais forte para a reprodução no polo mais fraco da cadeia do desenvolvimento capitalista.

Essa afirmação tem como pano de fundo a compreensão de que a ciência faz parte do processo político, econômico e cultural de uma sociedade, não está fora, apartada, nem acima, superior, a este processo. O que exige tratar a produção científica na materialidade de seu contexto e acontecimento histórico.

Muniz Sodré (2014) ressalta que o funcionalismo e a *mass communication research* se atualizaram e continuam pensamentos hegemônicos, contribuindo para a imbricação entre financeirização e comunicação. O par comunicação/informação, para Sodré (2014, p. 56), “representa um aspecto da luta de classes em que a modernização neoliberal acarreta o desmantelamento do Estado de bem-estar social e da tradicional organização das forças produtivas

em favor da precarização do trabalho”.

No caso da América Latina e, especificamente, do Brasil, há que se considerar as implicações e os atravessamentos que o jogo de forças de sua posição geopolítica produz sobre o campo da comunicação. O pensamento nacional, que se descortinava nos anos de 1960 em torno de um projeto nacional-popular, estava inspirado na cultura e no protagonismo político de resistência de camadas da população à ordem hegemônica que nos identificava com o projeto norte-americano na Guerra Fria. Assim também era o pensamento latino-americano que ousava nomear-se em alteridade aos hegemônicos discursos da subserviência. Esses intérpretes do Brasil e da América Latina – de diferentes áreas das humanidades, sobretudo da comunicação – em sintonia com o movimento social concreto, afirmavam a necessidade de buscarmos alternativas sociais e políticas fortemente embasadas na experiência e na sabedoria das camadas populares (FREIRE, 1983; PASQUALI, [1978] 2007; BELTRÁN, 1981; BORDENAVE, 1983; KAPLÚN, 1985; entre outros).

As ditaduras na América Latina apartaram esse pensamento nacional-popular de suas respectivas populações, criando um distanciamento entre eles, tornando os discursos sobre a comunicação e a cultura também apartados de toda a experiência vital necessária para o desenvolvimento das pesquisas. É esse distanciamento, inclusive, que propicia, por parte das forças hegemônicas, a consolidação de política de segurança nacional embasada na ampliação e consolidação de um sistema nacional de comunicação no modelo de negócio privado de concessão pública.

Mas, a par do anacronismo das soluções esquemáticas, o movimento político e social pela redemocratização da América Latina e, claro, do Brasil, foi tirando do subterrâneo toda uma camada de experiências com comunicação popular que jogava por terra a dicotomia dos meios de comunicação como “instrumentos de circulação dos símbolos eficazes” (teorias funcionalistas) *versus* os meios de comunicação feitos para “impedir a atividade mental do espectador” (teoria crítica). Há que se ressaltar o protagonismo das militâncias, praticando um outro tipo de comunicação em todo o continente latino-americano (FESTA; SILVA, 1986; MOTTA, 1987; PERUZZO, 1998). Os relatos de experiências já são bem conhecidos: as rádios mineiras no Chile, na Bolívia, as rádios livres e comunitárias na Colômbia, no Peru, no Brasil, na Argentina. A imprensa sindical e operária, sobretudo, no Brasil, Chile e na Argentina, os comitês de mães por creches e melhorias nos bairros e os comitês da luta contra a carestia de vida e o desemprego, todos

eles discutiam, produziam e circulavam os desafios e os resultados de suas lutas. Não existiam para os grandes jornais, nem para a televisão nem para as emissoras de rádio. Eles protagonizavam uma outra lógica de produção e circulação das informações, da cultura e das reivindicações das camadas populares.

Foi a emergência desses movimentos, vindos à cena para sustentar a redemocratização política de seus países, que permitiu a reflexão sobre a necessidade de aparatos teórico-metodológicos capazes de conhecer e explicar as relações de comunicação que ali se davam. Dessa forma, como afirma David Morley (2007), é preciso considerar o contexto espacial-geográfico onde ocorre a comunicação.

Esse contexto influencia a universidade e os pesquisadores sensíveis a essas lutas, os quais produzem concepções inovadoras sobre as relações de comunicação e o poder das mídias (ORTIZ, 1988; GARCÍA CANCLINI, 1995, MARTÍN-BARBERO, 1997). Desenvolve-se daí toda uma linhagem de trabalhos chamados fundadores, no Brasil, dos estudos de recepção (ESCOSTEGUY; JACKS, 2005, FIGARO; GROHMANN, 2013).

A partir dessas considerações introdutórias, retomar essa discussão tem por objetivo: 1) demarcar uma compreensão sobre as relações de força sociais e históricas presentes no processo de produção do conhecimento científico; 2) salientar uma abordagem teórica e metodológica do conceito de sujeito social, ser de comunicação; 3) discutir como o contexto das últimas duas décadas tem confrontado e desafiado os pesquisadores dos estudos de recepção em sua trajetória de diferenciarem-se de abordagens teóricas que retornam (à moda dos modismos) com sua concepção linear e de fluxo de comunicação – ora o emissor ora o canal ora receptor-público-alvo. Ao cumprir os objetivos antecedentes, espera-se demarcar balizas de abordagens teóricas pertinentes às pesquisas de recepção.

Pertinência e especificidade dos estudos latino-americanos de recepção

O lugar de produção científica, no caso a América Latina, colabora na conformação das linhas de interesse temático e influencia a capacidade que temos de identificar objetos a serem estudados. Cada cultura tem características que conformam qualquer estudo. Assim, tempo, lugar e os sujeitos históricos compõem a materialidade das linhas de relações que adotam objetos e temas a serem estudados e, com isso, demonstra-se o que faz a diferença, o que é importante, o que tem

sentido para nós. Não existe uma ciência limpa e despida desses traços. Compô-los e organizá-los é a tarefa do pesquisador.

Desse modo, na América Latina, a cultura popular, fortemente marcada pela oralidade e pela exclusão, fez toda a diferença para os estudos da comunicação, ou seja, os dois eixos acima apresentados, cultura e poder, são permeados pelo atravessamento do popular e do subalterno. Esse atravessamento exige dos estudos latino-americanos da comunicação a eleição de temas e de problemáticas de pesquisa cujo tratamento teórico-metodológico fazem retrabalhar as noções de sujeito/subjetividade e de suas relações com as coletividades das quais faz parte.

Ter em conta essa perspectiva de abordagem desloca e contrapõe-se a teorias deterministas as quais compreendem a comunicação como transmissão linear e direta. A base desse deslocamento dado pelo popular traz o contexto das relações de comunicação como elementos relevantes a interação e as intersubjetividades. O conceito de sujeito é o que precisa ser problematizado. O indivíduo/social, sujeito, ao ser contextualizado na complexidade das relações sociais com a coletividade, no cotidiano, nas instituições, nas relações de poder, nas relações de classe, nos conflitos, nos discursos e nas mídias passa a ser compreendido como ser particular e histórico, paciente/agente da transformação social.

Assim sendo, as teorias funcionalistas, hegemônicas em nossa área de estudos, embora tenham como preocupação o receptor, nelas, este é tomado como público-alvo/consumidor/audiência parte de um sistema em funcionamento, é uma parte, um órgão do sistema ao qual responde; à parte cabe reproduzir a ordem do todo. As premissas do funcionalismo estão nas orientações dos positivistas Comte, Spencer e Durkheim, cujo aspecto teleológico sobrepõe o todo às partes. A palavra recepção/receptor nas teorias funcionalistas recobre um campo semântico, portanto, no qual o sujeito se insere em chave conceitual completamente diferente daquelas antes discutidas – do cotidiano, do popular, da coletividade, da luta de classes – norteadoras dos estudos latino-americanos de recepção.

Para exemplificar o sentido de receptor para a linha de “usos e gratificações”, de tradição funcionalista, podemos recorrer à síntese de McQuail (2013, p.380):

A abordagem de ‘usos e gratificações’ não é estritamente ‘comportamental’, já que sua ênfase principal está na origem social da gratificação pela mídia e nas funções sociais mais amplas

dela, por exemplo, ao facilitar contato e interação sociais ou reduzir tensão e ansiedade.

A partir desses elementos se pode argumentar que o ponto central de diferenciação entre as abordagens teóricas está no fundamento de cada qual para explicar as relações sociais, ou seja, para a sociologia funcionalista as tensões sociais não se dão entre classes, opressor-oprimido, grupos hegemônicos e subalternos, e sim entre indivíduos e interesses sendo a função principal das instituições reduzir o atrito e buscar a estabilidade, e a comunicação é instrumento dessa função.

Nessa acepção funcional, podemos afirmar ao modo de Cabral (2004, p. 13) que a ciência é compreendida “como um instrumento de regulação, explica o mundo social em termos de estruturas e funções físicas e biológicas similares àquelas do mundo natural.” Com essa orientação, as pesquisas, sobretudo, orientadas pela abordagem dos “usos e gratificações”, contribuíram, segundo Escosteguy e Jacks (2005) para “descrever a audiência e seu comportamento” e têm sido úteis “para os propósitos da mídia e insensível às determinações da estrutura social” (ESCOSTEGUY; JACKS, 2005, p.33)

Se o conceito de sujeito nos estudos latino-americanos de recepção tem abordagem diferente dos estudos funcionalistas, o de cultura mais ainda. A cultura, para os funcionalistas, não é processo histórico, é conjunto descritivo de bens, atributos e papéis. Para esclarecer a relevância da cultura nos estudos latino americanos de recepção cabe retomar a discussão sobre a importância e a influência dos estudos culturais britânicos no nosso lado do globo. Reportamo-nos aos autores da tradição do Centro de Estudos Culturais da Escola de Birmingham, Raymond Williams, Edward Thompson, Richard Hoggart e de seu continuador Stuart Hall.

Desta tradição, destacam-se três conceitos chaves: cultura, classes sociais e hegemonia. Esses conceitos fazem repensar os processos de comunicação, buscando entender a recepção não como finalidade, mas como parte de um processo cultural-comunicacional maior, no qual os meios de comunicação são entendidos como meios de produção (WILLIAMS, [1980] 2011). A noção de cultura amplia-se na perspectiva antropológica, na medida em que a contribuição de Raymond Williams traz para o debate a noção de cultura como vida cotidiana, aquela vivida e produzida por todos os homens, cujo valor está na capacidade de traduzir os modos, os sentidos, os valores de como as pessoas vivem em sociedade. Ele dá à cultura um sentido contextual e histórico, marcado pelos embates da luta de classes, daí a importância das culturas populares, tendo sua produção tão

valorizada quanto qualquer outra produção cultural literária ou artística. Thompson, por meio de suas pesquisas com a classe operária inglesa, contribui com a noção de classe como experiência, embate de interesses e modos de vida particulares, a classe se manifesta no percurso histórico da luta entre as classes na mudança social. Nessa compreensão das relações entre cultura, sociedade e história, Richard Hoggart deu sua contribuição, sobretudo como primeiro dirigente do Centro de Estudos, e suas investigações centravam-se nas “práticas de resistência de subculturas e de análise dos meios massivos, identificando seu papel central na direção da sociedade” (ESCOSTEGUY, 2010, p. 29). A influência do materialismo histórico dialético é marcante e fonte de polêmicas neste primeiro momento dos estudos culturais, bem como a influência de Gramsci, sobretudo com relação às análises sobre ideologia, hegemonia e classes subalternas.

Stuart Hall, pode-se dizer, da segunda geração de estudos culturais, substituiu Hoggart na direção do Centro e foi o autor que polemizou diretamente com os teóricos do estrutural-funcionalismo ao apresentar sua proposta de *codificação e decodificação* (HALL, [1980]2003) dos textos da cultura, tendo em vista três perspectivas: leitura de posição hegemônica-dominante, leitura de código negociado, leitura de contra posição ao discurso dominante. Nessa fase de sua produção (1972-1979), Hall está observando como os discursos no contexto de sua enunciação, ou seja, do ponto de vista da recepção, travam o embate com as questões ideológicas e trazem à tona os conceitos de classe social, cultura popular, hegemonia, elites. Mais adiante (1997) suas pesquisas empíricas com outros investigadores (Paul Du Gay, Linda Janes e outros) trabalha uma proposta metodológica que trata do *circuito da cultura*, no qual produção e consumo fazem parte de um processo composto também por regulação, identidade e representação. Por essa proposta metodológica os discursos são processados nesse circuito onde adquirem sentido.

As primeiras reflexões dos estudos culturais chegam aos autores latino americanos, estudiosos da cultura e da comunicação, no contexto dos anos de 1980, quando o modelo maniqueísta de abordagem da comunicação já estava sendo confrontado pela emergência das lutas populares pela redemocratização do Continente.

Claro que a influência dos estudos culturais britânicos será lida e incorporada de formas particulares pelas pesquisas na América Latina, e caracterizará de maneiras diversas a produção científica dos pesquisadores que, ora dão maior relevância à recepção das camadas populares por meio de pesquisas empíricas, com entrevistas e observação, assistindo à tevê juntos, fotografando

ambientes dos lares, etc.; ora privilegiam a análise dos textos dos produtos culturais no confronto com as falas de populares, buscando a produção de sentidos divergentes ou convergentes; ora ainda recortam os setores de classe social, ou de mulheres, jovens, crianças e suas relações cotidianas com os meios de comunicação.

Ainda mais uma vez, é preciso firmar as balizas que diferenciam os estudos latino americanos de recepção daqueles que identificam as pesquisas de recepção com orientação funcionalista. Para os funcionalistas, o sujeito social é um indivíduo que desempenha papéis e ocupa determinados lugares na sociedade e suas ações cumprem as finalidades do todo social. Luta de classes, hegemonia, classes populares são conceitos inexistentes no constructo teórico funcionalista. Escamotear essas divergências seria, no mínimo, falta de conhecimento sobre o tema.

O crescimento das pesquisas empíricas e a renovação conceitual são fatos relevantes para os quais os estudos latino-americanos de recepção contribuíram com o campo da comunicação nas últimas décadas. É importante reforçar, assim, que, na trajetória dos estudos aqui destacados, a nomenclatura “recepção” nunca foi considerada como o momento último de um processo de comunicação linear e mecânico – este pertencendo aos paradigmas hegemônicos. Pelo contrário, “recepção” é um lugar de onde se compreendem os sujeitos comunicacionais.

Esse embate com os paradigmas hegemônicos têm feito os estudos latino americanos de recepção se defrontar e retrabalhar o próprio conceito de recepção. Consumo, audiência, prosumidor, circulação são alguns dos temas que voltam constantemente e merecem nossa atenção.

O deslocamento e o lugar da recepção

Se na década de 1990, o termo “recepção” era muito utilizado, especialmente em relação às mediações de Martín-Barbero (1997), o cenário se modificou nas primeiras décadas do século XXI. A recepção se tornou *démodé*. Entretanto, quando Escosteguy (2009) levanta a questão de que a recepção já não alcança, o que a autora salienta é uma perspectiva de cultura e poder relacionada aos Estudos Culturais, enquanto circuito de cultura, onde perpassam os sentidos. “Trata-se de um processo muito mais amplo e complexo que diz respeito aos atores sociais e à configuração dos modos de ser” (ESCOSTEGUIY, 2009, p. 12). Então, a “recepção” não alcança, em nossa visão, só se for entendida à luz das teorias hegemônicas (estrutural-funcionalistas) da comunicação.

O nome recepção, então, é tido como *démodé* principalmente a partir das reconfigurações tecnológicas das últimas décadas. O que estão em jogo são as mudanças na relação dos sujeitos com os meios de comunicação, inclusive na internet. Em geral, pergunta-se: “como denominar um sujeito que, a um só tempo, acessa um portal de notícias, cria uma mensagem em um fórum de discussão, envia um e-mail para um amigo e lê uma mensagem postada em um site de relacionamentos?” (COGO; BRIGNOL, 2010, p. 12).

Essa pergunta é pertinente como estratégia metodológica, mas está centrada no meio, na tecnologia. Por que não se perguntar: como denominar um sujeito que, a um só tempo, assiste à TV, fala com os amigos ao telefone, tem às mãos o boletim do sindicato e prepara o jantar da família? O que nos interessa nas pesquisas dos estudos latino-americanos de recepção é compreender como os sujeitos se relacionam com os meios de comunicação, como se dão as relações de comunicação e como se constroem os efeitos de sentidos.

De fato, nos termos de uma renovação é que se multiplicam as terminologias, como uma forma de demarcar um terreno teórico. Castells (2009) fala em prosumidor e *produser*; Jenkins (2008) ajuda a alavancar os estudos sobre os “fãs”, além de ajudar a disseminar (ou espalhar – para ficar em seu próprio conceito de *spreadable media* – JENKINS; GREEN; FORD, 2014) termos como “convergência”, “narrativas transmídia” e mesmo *spreadable media*. Enquanto isso, Shirky (2011) comenta acerca da “cultura da participação”. Mas o que eles entendem por participação, e conseqüentemente, por sujeito? Nota-se que Jenkins, Green e Ford (2014) procuram entender “participação” como um paradigma diferente daquele relacionado à “resistência”.

Esse foco na ‘resistência’ é compatível com a linguagem empregada pelos escritores nos estudos culturais e críticos que são tradição desde os anos 1980. Atualmente, os acadêmicos são muito mais propensos a falar sobre política com base na ‘participação’, refletindo um mundo onde mais poder da mídia fica nas mãos dos cidadãos e dos membros do público, ainda que a mídia de massa possua uma voz ativa privilegiada no fluxo das informações. A sintaxe diz a nós todos algo essencial sobre esses dois modelos. Somos resistentes *a* algo: ou seja, somos organizados em oposição *a* um poder dominante. Participamos *em* algo, ou seja, a participação é organizada *em* e *através das* coletividades e conectividades sociais (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 206).

Entendemos que o conceito de “participação” deve ser tomado em seu sentido democrático – e por isso é necessária a inter-relação com “resistência”. Se participar significa somente estar “integrado” ao sistema a partir das “interações em rede” hegemônicas, então se esvazia a noção de comunicação a partir das relações de poder. Segundo Fuchs (2014), os autores de “Cultura da Conexão” reduzem participação a uma dimensão cultural, ignorando a noção de democracia participativa e suas implicações para a Internet. Por exemplo, comunidades fascistas na internet não podem ser consideradas como uma amostra da “cultura participativa” e da “cultura de fã”. “Participação significa que os seres humanos têm o direito de fazer parte das decisões, governar e controlar as estruturas que os afetam. Direitos são universais e não particularistas” (FUCHS, 2014, p. 57)

O que podemos perceber, então, é que o conceito de “recepção” é relegado a segundo plano, assim como o conceito de resistência, passando para a “linha-de-frente teórica” termos como criatividade e participação. Isto é, há uma concepção de sujeito limitada às

"diferenças interacionais" e que não concebe relações de poder, desigualdade e hegemonia.

Do mesmo modo que a nomenclatura do sujeito é questionada, o próprio nome também o é. Afinal, do que estamos tratando quando falamos em recepção? Consumo? Circulação? Usos? Scolari (2008) afirma que o termo "usos" se relaciona a certo "taylorismo digital" que considera somente a métrica dos cliques. "Se Taylor se propunha a reduzir o número de movimentos de um operário para incrementar sua produtividade, o expert em usabilidade quantifica e trata de reduzir o número de cliques" (SCOLARI, 2008, p. 254-255). Contudo, isso depende de como o pesquisador concebe (ou, de certa forma, "usa") esses conceitos. É o olhar (ou o paradigma teórico) do sujeito-pesquisador que guia os conceitos.

Dessa forma, em nossa visão, os estudos latino-americanos de recepção podem tratar de consumo cultural, consumo midiático (TOALDO; JACKS, 2013), circulação (FAUSTO NETO, 2010), consumo midiático (TRINDADE; PEREZ, 2014) ou quaisquer outras terminologias desde que haja uma concepção de sujeito social/comunicacional envolvida bem como considere as relações de poder. Não são as terminologias em si que demarcam o pertencimento a uma corrente de estudos, mas um ponto-de-vista em comum sobre os sujeitos/objetos de estudo. E como afirma Lopes (2011, p. 414), "as categorias-chave da pesquisa de recepção são mais, e não menos, significantes no ambiente das novas mídias".

No mesmo contexto, os estudos latino-americanos de recepção trazem à tona a ordem do comunicacional, não do estritamente midiático (LOPES, 2014). São das correntes midiológicas e que consideram o meio como o centro de tudo que os estudos latino-americanos de recepção se afastam. Na verdade, em contexto de *spreadable media* (JENKINS; GREEN; FORD, 2014) faz ainda menos sentido centrar os estudos em um meio ou plataforma, pois o que interessa são as produções de sentido em circulação nas relações de comunicação. Porém, é bom salientar que afastar-se de uma concepção determinista dos meios não significa esquecer os meios e como os "dispositivos comunicacionais" (MAINGUENEAU, 2008) produzem sentido. O que as "múltiplas telas" evidenciam são, na verdade, que o que se chamou de "lado oculto do receptor" (SOUSA, 1995) é o que realmente interessa para a compreensão do "circuito da cultura". São os sujeitos e o que eles consomem, produzem e circulam com os seus sentidos – não são assujeitados ou somente efeitos de estruturas ou enunciações, mas produtores de sentido e da própria história, embora não detenham controle total do processo. Processo que deve ser considerado nas pesquisas e análises da

recepção, afinal é o circuito da produção-consumo que chamamos de recepção.

Na jovem tradição latino-americana (se é que assim se pode reivindicar), os estudos de recepção servem, então, para questionar hegemonias, não para reforça-las ou somente para exaltar a participação e a criatividade dos “usuários”. É preciso, dessa forma, resgatar uma abordagem crítica desse processo – seja para aplicar a partir da circulação, dos prosumidores ou da questão do consumo. Importa salientar essa abordagem crítica, de uma ciência que se propugna (ao modo das epistemologias do Sul) compreender a comunicação como centro dos embates econômicos e políticos que se dão na contemporaneidade.

Do mesmo modo que García Canclini (1995) afirmou “o consumo serve para pensar”, podemos parafraseá-lo e dizer que “a recepção serve para pensar”: a especificidade do espaço geográfico-humano para os estudos de recepção na América Latina, a necessidade ainda maior de se pensar as questões de cultura e poder em tempos de “hegemonia da convergência” e “financeirização da comunicação” (SODRÉ, 2014). Serve para pensar a recepção como um lugar de lutas e embates, não de transmissões e apenas consensos. Serve, enfim, para evidenciar que aqui também se produz conhecimento teórico, epistemológico e metodológico da comunicação. Por isso, a par das tergiversações em nosso campo que auspiciam proximidades entre pesquisas funcionalistas e de estudos culturais, de forma modesta, afirmamos: a recepção ainda serve.

¹

Doutor, USP, figaro@uol.com.br

²

Doutorando, USP, rafael-ng@uol.com.br

REFERÊNCIAS:

BELTRÁN, Luis Ramiro. “Estado y perspectivas de la investigación en Comunicación Social en America Latina”. **Memórias de la Semana Internacional de la Comunicación**. Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana de la Facultad de Comunicación Social, 1981.

BORDENAVE, Juan Díaz. **Além dos meios e mensagens**. Petrópolis: Vozes, 1983.

BUARQUE DE HOLANDA, Sérgio. **Raízes do Brasil**. 26.ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

CABRAL, Augusto. A sociologia funcionalista nos estudos organizacionais: foco em Durkheim.

Cadernos EBAPE

, FGV, v.II, n.2, jul. 2004. www.ebape.fgv.br/cadernosebape. Acesso em 08/02/2015.

COGO, Denise; BRIGNOL, Liliane Dutra. Redes Sociais e os Estudos de Recepção na Internet. In: XIX Encontro Anual da Compós – Associação Nacional de Pós-Graduação em Comunicação. **Anais do XIX Encontro Anual da Compós**. Rio de Janeiro: PUC-RJ, 2010.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Quando a recepção já não alcança: os sentidos entre a produção e a recepção. **E-Compós**. Brasília, v. 12, n. 1, jan/abr, 2009.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Cartografias dos estudos culturais**. Uma versão latino-americana. Edição on-line. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

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

FAUSTO NETO, Antonio. As bordas da circulação. **Alceu**: revista de Comunicação, Cultura e Política, n. 20, v. 10, jan/jun 2010.

FESTA, Regina; SILVA, Carlos Eduardo da (Orgs.). **Comunicação Popular e Alternativa no Brasil**. São Paulo, Paulinas, 1986.

FIGARO, Roseli ; GROHMANN, Rafael. O Conceito de Classe Social em Estudos de Recepção Brasileiros. **Animus** : Revista Interamericana de comunicação midiática. V. 13, n.25, 2014. Disponível em: < <http://cascavel.ufsm.br/revistas/ojs-2.2.2/index.php/animus/article/view/15775>> Acesso: 08/02/2015.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação?** 7.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

FREYRE, Gilberto. **Casa grande e senzala**. 50.ed. São Paulo, Global, 2005.

FUCHS, Christian. **Social Media**: a critical introduction. London: Routledge, 2014.

FURTADO, Celso. **Raízes do Subdesenvolvimento**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

GARCIA CANCLINI, Nestor. **Consumidores e cidadãos**. Conflitos multiculturais e globalização. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1995.

GAY, Paul du, et al. **Doing Cultural Studies**. The story of the Sony walkman. London : Open

University/Sage, 1997.

GRAMSCI, Antonio. **Obras escolhidas**. São Paulo: Martins Fontes, 1978.

HALL, Stuart. (Liv Sovik org.) **Da diáspora**. Identidades e mediações culturais. Belo Horizonte/Brasília: UFMG/Unesco Brasil, 2003.

HOGGART, Richard. **As utilizações da cultura** – Aspectos da vida cultural da classe trabalhadora. Lisboa: Editora Presença, 1973.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

KAPLÚN, Mário. **El comunicador popular**. Quito: CIESPAL, 1985.

IANNI, Octávio. **Sociedade Global**. São Paulo: Civilização Brasileira, 1992.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Uma agenda metodológica presente para a pesquisa de recepção na América Latina. In: JACKS, Nilda (Org.) **Análisis de recepción en America Latina: un recuento histórico con perspectivas al futuro**. Quito: Ciespal, 2011, p. 409-428.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Mediação e Recepção: algumas conexões teóricas e metodológicas nos estudos latino-americanos de comunicação. **Revista MATRIZES**, São Paulo, v. 8, n.1, p. 21-44, jan/jun. 2014.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de Textos de Comunicação**. São Paulo: Cortez, 2008.

MARQUES de Melo, José. Paradigmas da escola latino-americana de comunicação. **Revista Latina de Comunicación Social**, 19, Julio, 1999. Disponível em: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999fjl/73melop.htm> Acesso em 08/02/2015.

MARTIN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações**. Comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997.

McQUAIL, Denis. **Teorias da comunicação de massa**. 6.ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

- MORLEY, David. **Media, Modernity and Technology**: the geography of the new. London: Routledge, 2007.
- MOTTA, Luiz Gonzaga. **Brasil**: alternativa popular: comunicação e movimentos sociais. In: A comunicação alternativa na América Latina. Petrópolis, Vozes, 1987, p. 37-71.
- ORTIZ, Renato. **A Moderna Tradição Brasileira**: Cultura Brasileira e Indústria Cultural. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- PASQUALI, Antonio. **Comprender la comunicación**. Edición revisada y actualizada. Barcelona: Gedisa, 2007.
- PERUZZO, Cicilia M. Krohling. **Comunicação nos movimentos populares**: a participação na construção da cidadania. Petrópolis: Vozes, 1998.
- PINTO, Alvaro Vieira. **A sociologia dos países subdesenvolvidos**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2008.
- PRADO JR., Caio. **A revolução brasileira**. 7.ed. São Paulo: Brasiliense, 1987.
- RIBEIRO, Darcy. **O processo Civilizatório**: etapas da evolução sócio-cultural. 10º ed., Petrópolis: Vozes, 1987.
- RIBEIRO, Darcy. **As Américas e a civilização**: processo de formação e causas do desenvolvimento cultural desigual dos povos americanos. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 1970.
- SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização** - do pensamento único à consciência universal. São Paulo: Editora Record, 2000.
- SANTOS, Boaventura de Sousa; MENESES, Maria Paula (org.). **Epistemologias do Sul**. São Paulo: Ed. Cortez, 2010.
- SCOLARI, Carlos. **Hipermediaciones**: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona: Gedisa, 2008.

SHIRKY, Clay. **A Cultura da Participação: criatividade e generosidade no mundo conectado.** Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SODRÉ, Muniz. **A Ciência do Comum: notas para o método comunicacional.** Petrópolis: Vozes, 2014.

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

THOMPSON, Edward P. **A Formação da classe operária inglesa.** A árvore da liberdade. 3.ed.São Paulo: Paz e Terra, 1987.

TOALDO, Mariângela; JACKS, Nilda. Consumo Midiático: uma especificidade do consumo cultural, na antessala para os estudos de recepção. In: XXII Encontro Anual da Compós, 2013. **Anais da Compós.** Salvador: UFBA, 2013.

TRINDADE, Eneus; PEREZ, Clotilde. Dimensões do consumo midiaticizado. In: II Confibercom. **Anais do Confibercom.** Braga: Universidade do Minho. 2014, p. 1-10

WILLIAMS, Raymond. **Cultura e materialismo.**[1980] São Paulo: Unesp, 2011.