
Pesquisas de Recepção e Consumo Midiático: a autoria, o público investigado e a relação com a Cidadania¹

Denise Teresinha da SILVA²

Nilda Aparecida JACKS³

Universidade Federal do Pampa, São Borja, RS

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

RESUMO

Este trabalho se refere a uma pesquisa de pós-doutoramento que está sendo desenvolvida no PPGCOM-UFRGS. A proposta desse estudo se insere no projeto em andamento “Pesquisas de Recepção e consumo midiático (2016- 2024): um cenário em reconfiguração”. O que se pretende é analisar a temática cidadania para a comunicação dentro do *corpus* dessas pesquisas (dissertações e teses em Comunicação) que tem como foco a recepção com a finalidade de conhecer os segmentos de público e os tipos de mídias estudados e a motivação de quem pesquisa para a escolha desse segmento.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; cidadania; recepção; consumo midiático.

O trabalho que será apresentado aqui se refere a uma pesquisa de pós-doutoramento que está sendo desenvolvida no PPGCOM-UFRGS integrado ao Núcleo de “Pesquisa Recepção e Cultura Midiática”. Dessa forma, a proposta desse estudo se insere no projeto em andamento “Pesquisas de Recepção e consumo midiático (2016-2024): um cenário em reconfiguração”, que busca dar continuidade aos trabalhos já realizados. O que se pretende é analisar a temática cidadania para a comunicação dentro do corpus dessas pesquisas (dissertações e teses em Comunicação) que tem como foco a recepção a fim de conhecer não somente os segmentos de público estudados, como também buscar qual a motivação de quem pesquisa para a escolha de determinado segmento, saber quais são os mais citados e aqueles que não são tão estudados, comparando ainda os tipos de públicos com os tipos de mídias pesquisados, tendo como base os itens que classificam o tipo de audiência e o contexto investigado.

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação para a Cidadania, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora da Universidade Federal do Pampa – UNIPAMPA, email: denise_dts@yahoo.com.br.

³ Professora da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS, email: jacksnilda@gmail.com.

Cabe sublinhar que esse trabalho está em andamento e por isso o que será apresentado diz respeito às reflexões que estão surgindo no decorrer do percurso teórico-metodológico da investigação. Notadamente com respeito às pesquisas que possuem premissas relativas ao público receptor ou ao processo de recepção relacionadas às questões de cidadania. Em resumo, o que se está verificando é se existe alguma articulação entre os protagonistas da pesquisa, tanto de quem pesquisa como da pessoa ou grupo que é investigado. O conceito de cidadania é entendido aqui em suas diferentes visões, em especial na sua ligação com os direitos humanos e com o interlaçamento da tríade das diferenças identitárias e socioculturais: gênero, raça/etnia e classe social, e, finalmente, sua articulação com a práxis comunicacional.

Novas diretrizes de análises teóricas surgiram com relação ao estudo da convergência midiática que, segundo Henry Jenkins (2009), interliga fenômenos do uso complementar ou simultâneo de diferentes mídias, produção cultural participativa, bem como a inteligência coletiva, complexificando as relações entre a mídia e quem produz e quem recebe as mensagens dos meios de comunicação, já que não é mais somente quem emite a informação que interage e escolhe as mídias, mas também quem recebe e passa a ter autoria nesse processo. Por esse motivo, ao chegar ao quinto volume de “Meios e Audiências”, novas disrupções exigem um olhar mais atento e cuidadoso sobre as questões elencadas acima que são necessárias para compreender o cenário atual da pesquisa em recepção.

As categorias de análise que estão sendo revisitadas no momento pelo grupo de pesquisa estão distribuídas em três grandes categorizações:

- 1) Quanto à estrutura da pesquisa: problema, objetivos, abordagem (sociocultural, sociodiscursiva, sociotécnica, comportamental), tendências disciplinares (Antropologia, Sociologia, Filosofia, Educação, História, Literatura, Artes, outras), enfoque teórico (Estudos Culturais, Análise da Recepção, Usos e Gratificações, Economia Política da Comunicação, Educação para os meios, Teoria dos efeitos, Agenda Setting, Espiral do Silêncio, Aprendizagem social, outras), hipóteses, premissas, pressupostos, procedimentos, método científico e disciplinar, tipo de observação (estratégia), tipo e técnica de coleta dos dados, constituição da amostra, corpus (meios analisados).
- 2) Quanto ao empírico: contexto (classe social, identidade, ideologia, relações de gênero, consumo, política, educação, cultura regional/local/nacional, étnica e racial, representações sociais, migrações, outras), sujeito receptor (faixa etária, gênero/sexo,

estrato social, raça, etnia, contexto de moradia e região), meio (característica (analógico, digital, convergente), tipo do meio estudado (rádio, TV, cinema, revista, outro), acesso (streaming, celular, computador, dispositivos smart, impresso, digital, on line), gênero midiático (de acordo com os meios: telenovela, noticiário, boletim esportivo, musical, reportagem, infantil, drama), técnica de análise dos dados (semiótica, semiologia, retórica, estética, análise de conteúdo, análise do discurso, outras), uso de softwares.

3) Quanto aos resultados obtidos: (teóricos, empíricos, metodológicos, outros), avanços e limites da pesquisa, referências bibliográficas, novas hipóteses, insights ou prenúncios.

Os estudos de recepção tem provocado um interesse há muitas décadas, sendo o seu conceito procedente no âmbito dos estudos em comunicação. Inicialmente, houve um predomínio do discurso do emissor sobre o receptor, como uma associação de passividade ao receptor e de poder ao emissor. Já na década de 40 surgem alguns estudos que questionam esse fato. Entretanto, com a formulação de teorias a partir da realidade latino-americana, novos estudos por volta dos anos 90 buscaram um conceito de recepção que afirme a condição de sujeito livre, protagonista do processo comunicacional (GOMES; COGO, 1998). Martín Barbero (1997) tem grande destaque nos estudos latino-americanos ao situar a recepção em um novo lugar no processo de comunicação, estabelecendo uma ruptura com o processo linear de pensar a comunicação, e aponta a recepção como um processo de ressignificação da mensagem e a comunicação, como lugar da cultura na sua relação com a ideologia, ou seja, o estudo deveria se deslocar dos meios de comunicação de massa para as mediações comunicativas da cultura, como a socialidade, a ritualidade, a institucionalidade e a tecnicidade. Jacks afirma no início dos anos 2000 que era necessário revisar o seu primeiro modelo de considerar as mediações comunicativas da cultura, (...) isso implica tomar de modo consistente a análise dos meios para entender os processos de recepção, abandonando os procedimentos mais comuns da década de 1990, que privilegiavam o cenário dos receptores em detrimento da observação de todos os elementos e agentes que compõem o processo (JACKS, 2008, p. 33). Esses são alguns dos motivos que evidenciam a relevância das pesquisas que Jacks vem desenvolvendo ao buscar compreender o cenário atual dos estudos de recepção e consumo midiático.

Dentro desse universo de vislumbrar a recepção a partir de seu contexto específico, surge a questão de pensar a cidadania observando o lugar do indivíduo

enquanto receptor e suas relações nos diferentes espaços sociais, políticos e culturais que ocupa. Mesmo sabendo que o sentido do termo cidadania inicia a partir de um liberalismo clássico, já se sabe também que outros rumos acrescentaram princípios de democracia e direitos individuais dentro de uma perspectiva de comunidade para alcançar a justiça social. Por isso, o respeito à alteridade deve envolver tanto questões de diversidade cultural quanto de direitos humanos.

Em 2013, o Grupo de Pesquisas Comunicação para a Cidadania da Intercom lançou um livro com um trabalho de revisitação aos textos apresentados no GP durante o congresso nacional, entre os anos de 2001 e 2011. Na sua relação com a comunicação, a cidadania tem uma pluralidade de significados, restando um desafio para pensar o termo e sua interface comunicacional. Os estudos em sua maioria tem conexão com experiências e práticas concretas de setores e movimentos sociais, além de comunicação cidadã, alternativa, comunitária e popular, entre outras (LAHNI; LACERDA, 2013). Em 2021, o GP lançou outro livro ponderando sobre os principais pontos de debate apresentados nos 30 anos de trabalho desse grupo. As pesquisas giraram em torno de diversas iniciativas sobre comunicação comunitária, popular e alternativa, para investigar os esforços de comunicação de coletivos, minorias, grupos populares e movimentos sociais, destacando temas de direitos humanos, direito à comunicação, participação cidadã, equidade social, gênero e raça/etnia (SILVA; BASTOS; MIANI; SILVA, 2021).

No que tange ao conceito de cidadania, já se sabe que ele está em constante processo de reconstrução. A história da cidadania também em muitos momentos se confunde com a história dos direitos humanos por estar ligada às lutas sociais e de classes na busca por igualdade de direitos. Não há saltos qualitativos sem pressão coletiva, como ressalta Peruzzo.

“Como se pode observar, o status da cidadania se modifica, pois ela é construída ao longo da história. A cidadania é histórica: avança em sua qualidade, uma vez que os direitos se aperfeiçoam ou são ampliados. A percepção do que vem a ser um direito – da pessoa, de grupos humanos, dos animais, entre outros, varia no tempo e no espaço. Tende a avançar em qualidade, dependendo do grau de organização e da força mobilizadora da sociedade civil para forçar sua legitimação e consecução por meio do poder do Estado, do Poder Legislativo e do capital.” (PERUZZO, 2009, p. 34).

Buscar entender qual é o público receptor que tem sido estudado atualmente e sua ligação com as pesquisas de comunicação e cidadania permite compreender a partir

de que lugar está sendo vista a pessoa que interage com os meios de comunicação na visão de quem a estuda. Por isso, essa pesquisa, está procurando descobrir “como são compreendidos os segmentos de públicos investigados em sua relação com a cidadania nos estudos de recepção e consumo midiático diante da convergência midiática”.

Falar em cidadania, no seu mais sensível significado, parece nos levar à poetizações como faz Alves ao falar de “cidadanear”. Um verbo que derivado de cidadania só tem caráter transitivo se há movimento, inclusão. Alguém cidadaneia ou cidadania com e não para, o, a, de, assevera o autor. Diferente da intransitividade do verbo amar imaginada por Mario de Andrade, assegura Alves, é necessário “perscrutar os movimentos comunicacionais e as significações carregadas por eles para encontrar clareza e aderência ao projeto de humanização, única porta de entrada para as várias formas de cidadania” (ALVES, 2021, p. 43). Nesse sentido, não se pode esquecer que Freire (1987) já advertia que nenhum tema está dado se este não pode ser pensado, modificado, adaptado, traduzido por quem emite e por quem recebe a mensagem, pois se não forem estabelecidas conexões, negociações, os sentidos comunicantes da mesma não se realizam. Assim, pode-se inferir que é nesse lugar que residem os estudos sobre comunicação para a cidadania.

REFERÊNCIAS

ALVES, Luis Roberto. *Cidadanear: uma gramática revolucionária*. In: Silva, Denise Teresinha da; Bastos, Pablo Nabarrete; Miani, Rozinaldo Antonio; Silva, Suelen de Aguiar (orgs). **Comunicação para a Cidadania: 30 anos em luta e construção coletiva**. São Paulo: Intercom/Gênio Editorial, 2021. p. 43-74.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do Oprimido**. 17.ed. Rio de Janeiro : Paz e Terra, 1987.

GOMES, Pedro Gilberto e COGO, Denise Maria (org.). **O adolescente e a televisão**. Porto Alegre : IEL/UNISINOS, 1998.

JACKS, Nilda. **Pesquisas de Recepção e consumo midiático (2016- 2024): um cenário em reconfiguração**. Projeto de Pesquisa. PPGCOM/UFRGS, 2022.

JACKS, Nilda. **Repensando os Estudos de Recepção: dois mapas para orientar o debate**. Ilha. v.10. N.2. 2008. Disponível em <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/ilha/article/view/2175-8034.2008v10n2p17>>

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência : a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação**. 2a ed. São Paulo : Aleph, 2009.

LAHNI, Cláudia Regina; LACERDA, Juciano de Souza (orgs.). **Comunicação para a cidadania: objetos, conceitos e perspectivas** [recurso eletrônico]. (Coleção GP'S : grupos de pesquisa; vol.9). São Paulo : INTERCOM, 2013.

MARTÍN BARBERO, Jesús. *De los medios a las culturas*. In: MARTÍN BARBERO, Jesús; SILVA, Armando (coords.). **Proyectar la comunicación**. Bogotá (Colombia) : Tercer Mundo, 1997.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. **Movimentos sociais, cidadania e o direito à comunicação comunitária nas políticas públicas**. In: Revista Fronteiras – estudos midiáticos 11(1): 33-43, janeiro/abril 2009. Disponível em: <<https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/5039/2288>>.

SILVA, Denise Teresinha da; BASTOS, Pablo Nabarrete; MIANI, Rozinaldo Antonio; SILVA Suelen de Aguiar (orgs). **Comunicação para a Cidadania: 30 anos em luta e construção coletiva**. São Paulo: Intercom e Gênio Editorial, 2021.