Capítulo III

Pesquisa de Recepção: a construção de significados

Cultura popular, cultura massiva, cultura de elite, cultura erudita. Rótulos que facilitam o estabelecimento de um ambiente hegemônico, que interessa à classe dominante para preservar valores e verdades de forma que sentidos sejam construídos e compreendidos a partir de seus interesses próprios. Porém, nenhum pesquisador pode tratar a questão de construção de sentidos dentro de uma perspectiva única, hegemônica. O receptor, antes considerado passivo, é reconhecido hoje como parte integrante da própria mensagem, interagindo com esta, atualizando-a a partir de seu cotidiano e seu meio social.

O foco no receptor tem como base a perspectiva desse como ator social, não como decisor incondicional, na linha das novas abordagens mercadológicas que o vêem como "rei e senhor", cujos desejos e vontades devem ser satisfeitos, mas como parte de um sistema de troca, em que "verdades, valores e comportamentos dos indivíduos/sujeitos de ambos os pólos - da emissão e da recepção - (...), formando a consciência social, ideológica e estética, vão atualizar as manifestações dos produtos da indústria cultural, em leituras diversas".

Nesse contexto, a leitura do conteúdo dos programas de televisão caracterizados pelo sensacionalismo com a exploração de cenas que remetem à violência como apelo à audiência torna-se objeto de estudo, em uma época cuja quantidade de opções de informação e entretenimento oferecidas pelos meios de comunicação de massa não necessariamente significa variedade ou qualidade, quando a informação sofre de um excesso pela fragmentação, produzindo "a

implosão do sentido, a perda do real, o reino dos simulacros". Ao que vale ainda lembrar Vattimo, quando afirma que o fato de a sociedade pós-moderna ter como uma de suas características a presença determinante dos meios de comunicação de massa não significa que essa sociedade seja "mais 'transparente', mais consciente de si, mais iluminada, mas uma sociedade mais complexa, até caótica". 3

Ainda que não tenha poder absoluto, a TV não pode ser tratada como um jogo eletrônico, como uma fonte inócua de diversão e informação, atingindo um público desterritorializado, descontextualizado, parte de uma sociedade em que família, igreja e escola deixam de ser parâmetros, e o simbólico é cada vez mais presente nos meios de comunicação de massa, que evocam para si a estética, a tecnologia e a instituição social, ou, nas palavras de Jameson, numa época em que a "cultura se tornou material, (...) uma questão de *mídia* (os meios)".⁴

Tendo em vista os comentários sobre a má qualidade da programação, definimos como foco do estudo a presença da violência neste conteúdo, ou seja, a exploração de situações cotidianas de uma grande cidade, o apelo ao inusitado, o uso de cenas que remetam à violência, na linha de pesquisa aberta por Gerbner, que se preocupava com os possíveis "impactos da violência na televisão sobre as atitudes sociais e representações sobre a realidade social partilhadas pelos espectadores". ⁵ Essa opção de tema justifica-se pelas características de uma sociedade que apresenta "um universo ideológico diferenciado", no qual coexistem modelos holísticos e

¹ BACCEGA, Maria Aparecida. Crítica de televisão: aproximações. In: MARTINS, Maria Helena (org.). **Outras leituras**. São Paulo: SENAC/Itaú Cultural, 2000, p. 40.

² BAUDRILLARD apud MATTELART, Michele e Armand. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Loyola, 1999, p. 182

³ VATTIMO, Gianni. A sociedade transparente. Lisboa: Relógio d'Àgua, 1992, p. 10.

⁴ JAMESON, **Pós-modernismo** - a lógica do capitalismo tardio. São Paulo: Ática, 1997, p. 91-92.

⁵ Avaliação da violência na televisão portuguesa. Disponível em

>>http://www.aacs.pt/violencia_tv/indice.htm . Acesso em 06 de abril de 2002.

individualistas de construção da realidade, em constante tensão, fazendo com que a "violência seja uma possibilidade sempre presente".

A utilização e a exploração de acontecimentos violentos, entendidos como acontecimentos que de alguma forma causam prejuízo ao ser humano, na linha do sensacionalismo, é característica da mídia desde a expansão da circulação dos jornais que "adotaram um estilo mais leve e provocante de jornalismo, a fim de atrair um público leitor mais numeroso... dando maior atenção ao crime, à violência sexual, ao esporte e aos jogos de azar". ⁷ Na linha funcionalista de explicações, Park diz que "o motivo para que a crônica diária dos jornais seja tão chocante, e ao mesmo tempo tão fascinante, para o leitor médio, é que o leitor médio conhece muito pouco a vida da qual o jornal é o registro". ⁸

Na televisão, em específico, estudos da programação e do trajeto histórico do meio mostram que o conteúdo se transforma, atendendo, em alguns casos, a interesses políticos, mas, na maioria das vezes, a interesses econômicos que utilizam a abordagem sensacionalista, grotesca, como estratégia de popularização, na busca por maiores audiências. Em estudos sobre esta busca, Straubhaar detecta a presença maior do produto nacional na televisão nos anos 1963, 1965, 1967, 1969, 1971, 1973, 1975 e 1977, aspecto também encontrado por Reimão no total de horas transmitidas no horário das 19h às 22h em uma amostra da programação de 1965 a 1995. Este mesmo estudo constata o predomínio do entretenimento nessa

6

⁶ VELHO, Gilberto; ALVITO, Marcos (org.). **Cidadania e violência**. Rio de Janeiro: UFRJ/FGV, 2000, p. 15.

⁷ THOMPSON. John B. **Ideologia e cultura moderna:** teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis (RJ): Vozes, 1995, p. 236.

⁸ PARK, Robert Ezra. A cidade: sugestões para a investigação do comportamento humano no meio urbano. In VELHO, Otávio Guilherme (org.). **O fenômeno urbano**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967, p. 31.

⁹ Em questão aqui a estereotipia de que classes menos favorecidas gostam de tais conteúdos.

¹⁰ STRAUBHAAR, Joseph D. O declínio da influência americana na televisão brasileira *Comunicação & Sociedade*, São Bernardo do Campo: IMS, no. 9, junho, 1983.

programação, conclusão que se alinha às conclusões de estudo comparativo, efetuado por Raymond Williams, entre as programações de emissoras americanas e inglesas: "os canais comerciais dedicam-se prioritariamente ao entretenimento". ¹²

Embora não existam estudos conclusivos sobre o aumento do conteúdo de caráter violento na programação televisiva nos anos mais recentes, são promovidos debates para discussão sobre a qualidade da programação da televisão brasileira. 13 Nesses debates, são levantadas questões relacionadas à necessidade de uma nova definição do conceito de entretenimento, educação e informação da TV brasileira; são discutidos aspectos preocupantes em relação à pornografia, à mediocridade. Um dos pontos-chave dessas discussões é a luta pela audiência, em nome da qual "vale tudo", com o argumento de que "as emissoras dão o que o público gosta", ao que Eugênio Bucci, da Editora Abril, responde dizendo que quando os índices do Ibope ou similares revelam o que as pessoas às vezes assistem, surgem as brechas de mercado que algumas emissoras aproveitam até às últimas conseqüências. ¹⁴ Fruto de estereotipia, são feitas investidas na área de uma programação mais 'popular', entendendo essa como constituída por formatos e temáticas que exploram e dramatizam situações cotidianas, na conquista de uma audiência que, hoje, seria constituída também pelas pessoas de nível socioeconômico D e E, inseridas no mercado de consumo após o Plano Real. 15

O levantamento histórico da televisão brasileira nos mostra uma trajetória que se inicia nos anos 50, explorando a novidade tecnológica para uma audiência de elite

¹¹ WILLIAMS apud REIMÃO, Sandra (coord.). **Em instantes** - notas sobre a programação na TV brasileira (1965-1995). São Paulo: Cabral Editora Universitária, 1997, p. 103.

¹² REIMÃO. **Em instantes** ... op. cit, p. 100.

¹³ Em busca do controle. *Revista Problemas Brasileiros*, no. 335, ano XXVII, set./out., 1999, pp. 4-11.

¹⁴ Em busca do controle. *Revista Problemas Brasileiros*, no. 335, ano XXVII, set./out., 1999, pp. 4-11.

¹⁵ Houve um crescimento de 82% no número de domicílios dotados de aparelhos de TV nestes níveis sócio-econômicos de acordo com Mídia Dados, disponível em

>>http://www.gm.org.br/MidiaDados/tv/84top.htm. Acesso em 25 de julho de 2003.

que se maravilha com transmissões ao vivo de apresentações de balé, ¹⁶ abordagem abandonada ao final da década na perspectiva de expansão do tamanho da audiência para atender ao crescimento de emissoras, conseqüência do *boom* das concessões de canais de televisão a empresas privadas e do incremento da produção de televisores. Nesse período, anos 1960, começa, por assim dizer, a adoção de conteúdos popularescos, amparada pela censura ideológica, com uma programação que chegava às raias do grotesco nas produções nacionais e "enlatados" estrangeiros, "que eram mais baratos e não causavam transtornos com a censura vigente". ¹⁷

A TV Globo, nos seus primeiros passos para tornar-se sinônimo de televisão, só vai adotar o 'popular' como base de sua programação a partir de meados da década de 1960, apostando na classe C como o mercado real, ¹⁸ época em que o mesmo Estado promotor da popularização começa a preocupar-se com os efeitos de uma programação em que o suspense, a ação, fortes emoções e a violência são usados em excesso para aumentar a audiência e o lucro das emissoras, ¹⁹ acreditando que a televisão deveria ter como objetivo principal a difusão da educação e da cultura. Essa preocupação promove a nomeação de comissões oficiais de monitoramento e controle dos conteúdos televisivos, colaborando, mais uma vez, em alguns casos, para a justificação da submissão da mídia à censura oficial, acirrada no governo Médici, "em nome da ordem, paz social e o desenvolvimento nacional". ²⁰

No início da década de 1990, promovendo o fim da censura aos meios de comunicação de massa, que atingia todos os setores da sociedade, mas

.

¹⁶ MATTOS, Sérgio. **A televisão no Brasil:** 50 anos de história (1950-2000). Salvador (BA):PÁS-Ianamá, 2000, p. 94.

¹⁷ MATTOS. **A televisão no Brasil** ... op. cit., p. 104.

¹⁸ SÁNCHEZ, Homero Icaza. Análise e pesquisa - fatores determinantes num conceito de televisão. In MACEDO, Cláudia, FALCÃO, Candido José, MENDES DE ALMEIDA, José (orgs.). **TV ao vivo** - depoimentos. São Paulo: Brasiliense, 1988, *passin*.

¹⁹ MATTOS. **A televisão no Brasil** ... op. cit., p. 112: "de acordo com pesquisa realizada pelo Jornal do Brasil, no período de 18 a 24 de março de 1969, a violência estava entre os apelos mais utilizados pela televisão no Rio de Janeiro".

principalmente a televisão, visto como canal principal de difusão de ideologia, e um festival de concessões de canais de rádio e televisão, ocorrido antes que novas normas e diretrizes anulassem a distribuição a partir de favoritismo político no período de 1985 a 1988,²¹ a abertura política estabeleceu uma nova base de competição pela audiência. A situação resulta, novamente, em uma explosão de "programas popularescos, sensacionalistas, que também passaram a lançar mão da exploração de situações de violência, como o **Aqui e Agora**, **Cidade Alerta**, **190 Urgente**, **No Limite** e outros". Entretanto, vale lembrar que estudos de audiência detectam que apenas 35% dos telespectadores do Programa do Ratinho, outro expoente do gênero, pertencem às classes D e E, contra 25% das classes A e B e 40% da C.²³

3.1 A leitura feita dos conteúdos televisivos - o objeto

O estudo da recepção dos conteúdos da mídia adquire importância na medida em que desvenda esse aspecto da comunicação, antes considerado passivo, mas que hoje é reconhecido como parte integrante da própria mensagem. A realização deste estudo busca compreender essa mudança no contexto televisivo, partindo de uma programação polêmica, da qual todos se ressentem, mas que não deixa de ter seu público, fiel ou não. Nesse panorama, viabilizamos um estudo que verifique a relação cotidiano e televisão, através da recepção dos conteúdos televisivos, mais especificamente os conteúdos que se apropriam dos acontecimentos cotidianos, explorando-os nos seus aspectos de violência, desgraça e infelicidade.

20

²⁰ MATTOS. **A televisão no Brasil** ... op. cit., p. 114.

²¹ MATTOS. **A televisão no Brasil** ... op. cit., p. 135.

²² MATTOS. **A televisão no Brasil** ... op. cit., p. 167.

²³ MATTOS. **A televisão no Brasil** ... op. cit., p. 154.

Diante disso, a proposta deste estudo é analisar a recepção feita dessa programação procurando responder as questões: Que significado as pessoas dão aos conteúdos da mídia?; Como elas interagem com a mídia?; Qual é a leitura das grades que apresentam programas de gênero "misto", com recortes de notícias, ficção, anúncios, música, tudo numa só seqüência, buscando "informar", divertir e "instruir" o telespectador? Ao verificar estes aspectos, queremos avaliar "o que o público efetivamente recebe, seja dos programas que agradam como daqueles que rejeitam", verificando a opinião das pessoas sobre a maneira como a televisão interpreta o mundo.

Como resposta aos questionamentos feitos, lembramos White, para quem a televisão seria lugar de realização do mito, servindo como ponto de integração entre o senso comum, o conhecimento especializado e "aquela área da experiência que é tão além dos limites da aceitabilidade cultural que é tachada de falsa, irracional e sem sentido". DeFleur comenta que assistir aos programas jornalísticos que exploram o drama cotidiano das grandes metrópoles serve como catarse, como o cinema para os imigrantes, o rádio na depressão americana. A televisão, nesse sentido, tem como função explorar os acontecimentos, reunindo "dia a dia, o estranho e o não-familiar, traduzindo isso para o modo de o público perceber o mundo", explicitando suas origens, dando sentido às ocorrências, em busca de uma solução, conferindo-lhes um caráter fantasioso, que permite ao telespectador consumir desastres e desgraças à hora do jantar. Wolton se insere nessa linha de raciocínio ao dizer que "a mistura constante de informações e programas no seio da televisão generalista é um fator

²⁴ ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1993, p. 366.

²⁵ SILVERSTONE apud WHITE, Robert (editor). Televisão como Mito e Ritual. *Comunicação & Educação*, São Paulo: CCA-ECA-USP/Moderna, no. 1, ano I, set./dez., 1994, p. 51.

²⁶ DeFLEUR, Melvin L., BALL-ROKEACH, Sandra. **Teorias da comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

positivo (...), pois mesmo que haja uma reticência, um temor em relação ao desenvolvimento da história, e, portanto, uma rejeição ou uma ambivalência em relação à informação, o encadeamento dessas notícias, boas ou más, com o resto da programação, possui algo de tranquilizador". O contrário, acrescentamos, pode levar ao pânico aquele grupo de telespectadores que se sentem por demais ameaçados em uma sociedade com problemas diversos e complexos, aparentemente sem solução, ou à apatia total, o grupo que considera a situação tão grave a ponto de perder as esperanças.

No Brasil, os telespectadores são o público principal de uma televisão essencialmente comercial, que, como empresa privada, deve ter uma programação que atenda às necessidades dos patrocinadores, seu primeiro público.²⁹ Apesar das diferenças entre as visões de cada emissora, suas programações são construídas no dia-a-dia, cada uma estabelecendo seu estilo, que, numa busca constante por gêneros que agradem nichos de audiência, ou, no caso ideal, a maioria da população, principalmente no horário nobre, nem sempre apresentam grandes diferenças. Wolton³⁰ avalia a influência da percepção dos produtores em relação à audiência esperada ao comentar suas decisões quanto às expectativas desse grupo, dizendo que, a partir dos programas assistidos, ele sabe "qual a concepção de público que existe na cabeça dos que os produziram", citando, como exemplo, a Rede Globo; para o autor, "um dos símbolos da identidade brasileira", que não poderia ter a audiência que tem se estivesse defasada em relação às expectativas dos brasileiros.

²⁷ WHITE, Robert (editor). Televisão como Mito e Ritual. *Comunicação & Educação*, São Paulo: USP/Moderna, no. 1, ano I, set./dez., 1995.

²⁸ WOLTON, Dominique. **Elogio do Grande Público** - uma teoria crítica da TV. São Paulo: Ática, 1990, p. 116.

²⁹SCALAMANDRÉ, Ricardo. O Negócio da Televisão. In MACEDO, Cláudio e colab. (orgs.). **TV ao Vivo.** São Paulo: Brasiliense, 1988, p. 239.

³⁰ WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público** - uma teoria crítica da TV. São Paulo: Ática, 1990, pp. 156-159.

Para atender às expectativas, é preciso que os discursos sejam verossímeis, "entendendo-se aqui a palavra verossímil como a possibilidade da existência desse discurso já virtualmente prevista naquele domínio (histórico ou literário) e assim reconhecida socialmente". Essa verossimilhança passa pela questão da assimilação do popular pelo hegemônico, em uma estratégia que ao contemplar as demandas do receptor, sedimenta os valores hegemônicos. Na perspectiva de que cada Era tem seu gênero, afirmação já comentada a partir de Todorov e Jameson, as pessoas vão ler os conteúdos dos meios de comunicação de massa com base na promoção de uma ideologia de violência (promoção porque Michaud³² observa que esta Era não é nem mais nem menos violenta que as outras), indicando que uma análise da programação televisiva deve ser crítica no sentido de desvendar, se possível, as bases hegemônicas que a estabelecem como natural, porém sem esquecer as diversas interações sociais que constituem esse processo.

Tomamos tais colocações como base das hipóteses norteadoras de nossa busca, ou seja, as pessoas constroem os significados para os conteúdos dos meios a partir de suas próprias experiências, cuja percepção é realimentada com os mesmos conteúdos. Nesse processo, o papel do telespectador é diferentemente percebido, ora visto como potencial consumidor dos bens materiais veiculados pela televisão, ora como consumidor dos conteúdos em si, entendidos como bens culturais, promotores de informação e entretenimento. No primeiro grupo estão os telespectadores com mais opções de acesso à informação e entretenimento, que polemizam os conteúdos sensacionalistas sem, entretanto, questionar os formatos ou deixar de consumi-los. A mistura de gêneros, nesse caso, é recebida, mas talvez não percebida, como uma preocupação em informar, sem saturar; em entreter, com diversificação.

-

³¹ BACCEGA, Maria Aparecida. **Palavra e discurso** – história e literatura. São Paulo: Ática, 1995, p. 82.

No segundo grupo estão pessoas com menos acesso à informação/entretenimento que vêem os conteúdos televisivos como modelos de vida, a serem (per)seguidos ou evitados, construindo os significados a partir de suas experiências cotidianas e da interação em seu ambiente social. Podem até polemizar o caráter dos conteúdos, porém, entendem que a televisão mostra a vida como ela é para eles, no formato informação, e como é para os privilegiados, no formato ficção/entretenimento. Para esse grupo, a questão da homogeneização vertical não se apresenta como uma característica importante para ser notada.

Tendo como foco de interesse a interpretação feita pelo telespectador de conteúdos televisivos com apelo sensacionalista pela exploração de dramas do cotidiano que remetem à violência e à desgraça a partir de sua realidade social, nossa hipótese de trabalho é que o público assiste a esses conteúdos não tanto porque gosta deles, mas sim porque lhes são oferecidos em uma "bandeja de prata", criando um consumo televisual sem reflexão sobre o real significado, elaborando as sequências fragmentadas e repetitivas a partir de um contexto misto de curiosidade e busca de informação, consumo esse justificado não mais pelo pressuposto básico do paradigma das gratificações, mas pela aquisição de um hábito, condicionado social e circunstancialmente. Ao longo dos mais de 50 anos de história da televisão, os produtores buscam estratégias para conquistar o público, por meio da utilização do simbólico, do mito, facilitada cada vez mais pelo desenvolvimento tecnológico (edição, cor, efeitos gráficos, 'interatividade'), não sendo exatamente verdade que o público tenha curiosidade pela informação em todos os meios sociais, visto que a curiosidade pelo mundo aumenta à proporção que aumenta o nível de instrução. Os fatores de influência na recepção são a disponibilidade de fontes de informação e

³² MICHAUD, Yves. **A Violência**. São Paulo: Ática, 1989, pp. 16-39.

entretenimento, disponibilidade essa que pode estar relacionada não só ao nível socioeconômico, como é tratada na maioria dos casos, mas também à idade e ocupação das pessoas. O gênero também se apresenta como um aspecto influenciador, na medida em que homens e mulheres têm diferentes interesses e valores.

Como conceitos-guia do trabalho, adotamos cultura, ideologia, hegemonia e violência, entendendo que os conteúdos dos produtos televisivos não fazem distinção entre força, poder e violência, promovendo uma ideologia da violência, em contraponto a uma cultura da paz. Ao destacar, em alguns casos, a não-utilização da violência, confundida aqui como força, pelas autoridades, salientam valores hegemônicos de preocupação com um crescimento da insegurança que nada tem a ver com o volume efetivo da criminalidade, mas sim com as normas a partir das quais são concebidos os fenômenos.

O conteúdo lingüístico dos programas de televisão³³ é analisado em sua construção discursiva. Junto ao receptor, verificamos os aspectos a partir dos quais uma situação é definida como violenta, para então analisarmos o que consideramos ser a *pièce de résistance* desse estudo, ou seja, suas opiniões, suas impressões e suas percepções sobre os conteúdos dos programas de televisão. Essa avaliação é realizada a partir da verificação dos hábitos de consumo dos meios e, em especial, da televisão nos aspectos gênero, freqüência, preferências. Por meio disso, procuramos "dar conta da produção e interpretação buscando as motivações, as intencionalidades, os interesses, as necessidades e, sobretudo, os condicionantes sociais presentes (no) segmento econômico do qual fazem parte os interlocutores". ³⁴ A comparação com os discursos dos conteúdos possibilita a exploração do modo de recepção da

³³ Neste estudo trabalharemos apenas com *show* de variedades e telejornalismo, de produção nacional.

programação, o processo de construção de sentidos e as mediações feitas para essa leitura. Um levantamento da grade de programação da TV aberta quanto aos gêneros nela presentes, bem como os índices de audiência são utilizados como apoio às análises.

Da mesma forma que Orlandi pensou a definição de brasileiro a partir de um discurso "que define o brasileiro como um 'sintoma', como um discurso que é constitutivo dos processos de significação que constituem o imaginário pelo qual se rege a nossa sociedade, ou seja, como ela nos significa", 35 neste estudo, procuramos entender, pensar a recepção como sintoma dos processos de significação que constituem o imaginário das pessoas em relação à sociedade; entender como essa sociedade (se) significa para as pessoas através dos conteúdos da televisão. O ponto principal de nossos questionamentos pode ser resumido no fato de uma programação tão polemizada manter índices de audiência acima de 25%, o que nos leva a refletir sobre o que as pessoas entendem por "violência", na linha das descobertas de Michaud que evidenciam que "a violência é muito mais difundida e considerada muito mais normal do que se pensa". Os mesmos estudos apontam que "a realidade cotidiana da violência difere sensivelmente das representações que fazemos dela e dos discursos ideológicos ou míticos que sustentamos sobre ela". 36

3.2 A abordagem teórica do objeto

Os meios de comunicação de massa são freqüentemente criticados pela má influência que exercem nos usos, costumes e comportamentos das pessoas. Porém, tanto pesquisas da audiência, na linha funcionalista, quanto estudos de recepção

³⁴ BACCEGA, Maria Aparecida. **Comunicação e linguagem** – discurso e ciência. São Paulo: Moderna, 1998, p.17.

³⁵ ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Terra à vista** - discurso do confronto: velho e novo mundo. São Paulo: Cortez/Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1990, p. 47.

utilizando abordagens culturalistas, menos estruturadas e mais abrangentes na aproximação do receptor, resultam na desmistificação dessas colocações.

Abordagens da teoria culturológica estudam a cultura de massas distinguindo seus elementos antropológicos mais relevantes, as referências à sociedade e à cultura, e a relação que se instaura entre o consumidor e o objeto de consumo. Os Estudos Culturais tendem a especificar-se em duas 'aplicações' diversas: por um lado, os trabalhos sobre a produção da mídia como sistema complexo de práticas determinantes para a elaboração da cultura e da imagem da realidade social; por outro, os estudos sobre o consumo da comunicação de massa como espaço de negociação entre as práticas comunicativas extremamente diferenciadas.³⁷

Na aproximação entre Antropologia e Comunicação, um dos traços compartilhados é o uso da Etnografia, método clássico da disciplina antropológica, que desloca o pólo de reflexão dos meios para os grupos sociais, integrando os processos de recepção nas práticas culturais presentes no ambiente controlado pelo sujeito, inserido em uma estrutura social.³⁸ No processo de interpretação e compreensão dos conteúdos da mídia, nos anos 1970, os estudos etnográficos aprofundam a noção de leitura negociada, perspectiva sinalizada pela, hoje abandonada, teoria dos Usos e Gratificações, na qual o sentido e os efeitos nascem da interação entre os textos e os papéis assumidos pelas audiências.³⁹ Entretanto, os resultados de aproximações etnográficas não devem ser generalizados, nos lembra Turner, ⁴⁰ antes sim analisados em uma conjuntura adequada aos contextos reais em que ocorrem, respeitando as fronteiras culturais e políticas, uma vez que, em

³⁶ MICHAUD, Yves. **A violência**. São Paulo: Ática, 1989, p. 98.

³⁷ WOLF, La investigación de la comunicación de masas ... op. cit.

³⁸ LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. Estratégias metodológicas da pesquisa de recepção. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. São Paulo: Intercom, vol. XVI, no. 2, jul./dez., 1993, p. 81.

³⁹ ANG, I apud MORLEY. **Televisión, audiencias y estudios culturales** ... op. cit..

⁴⁰ apud MORLEY. **Televisión, audiencias y estudios culturales** ... op. cit., p. 17.

diferentes lugares e momentos, nem sempre as mesmas coisas têm o mesmo significado, concordando, dessa forma, com Marcus quando diz que "tudo em todos os lugares mas, ainda assim, diferente em cada lugar". 41

Da trajetória dos efeitos às funções, da estrutura à linguagem, da ideologia à hegemonia, fica a constatação de que o estudo da comunicação deve necessariamente trabalhar emissor, mensagem, receptor no contexto em que ocorrem e são localizados. Para responder ao nosso objetivo maior que é entender por que as pessoas assistem ao que assistem apesar das constantes reclamações a respeito da qualidade da programação, buscamos chaves de investigação desses motivos considerando, a partir de Martín-Barbero, que a recepção não pode ser tratada como "uma etapa do processo de comunicação", mas deve ser entendida como "um lugar novo, de onde devemos repensar os estudos da comunicação". 42

Fiske nos alerta para a importância da compreensão da recepção como um processo cultural, entendendo que a televisão e seus programas não têm um efeito sobre as pessoas, mas sim uma eficácia na sociedade. Segundo esse autor, uma análise do processo de recepção deve buscar o trabalho ideológico da televisão que promove valores que dêem aos eventos significados conforme interesses deste ou daquele grupo hegemônico. Nesse sentido, estudar a recepção implica entender os processos de mediação entre as necessidades do "sistema industrial e estratégias comerciais e as exigências que vêm da trama cultural e dos modos de ver". Ao fazer isso lembramos, mais uma vez, Martín-Barbero, para quem "a televisão não

.

⁴¹ MARCUS, Georges. Identidades passadas, presentes e emergentes: requisitos para etnografias sobre a modernidade no final do século XX ao nível mundial. *Revista de Antropologia*, São Paulo: Departamento de Antropologia-USP, vol. 34, 1992, p. 200.

⁴² MARTÍN-BARBERO, Jesús. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In SOUSA, Mauro Wilton de. **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: ECA-USP/Brasiliense, 1995, pp. 39-40.

⁴³ FISKE., John. **Television culture**. 10a. ed., New York: Routledge, 1999, p. 19.

funciona sem assumir - e, ao assumir, legitimar - as demandas que vêm dos grupos receptores; mas, por sua vez, não pode legitimar essas demandas sem ressignificá-las em função do discurso social hegemônico". 45

Nossa proposição é estudar a recepção fazendo intersecção desta com a emissão e a mensagem, procurando ver a recepção não só ponto de chegada, mas também como "lugar de produção de sentido", o que entendemos reduz a confusão epistemológica causada por uma abordagem que mistura "a significação da mensagem com o sentido do processo e o das práticas de comunicação", desta forma reduzindo "o sentido destas práticas na vida das pessoas ao significado que veicula a mensagem". 46 O resultado desse processo dificilmente pode ser medido no indivíduo, sendo efetivo no âmbito geral da sociedade, contexto a partir do qual é possível a audiência de programas considerados de "mau gosto". ⁴⁷ A recepção individual destes programas é possível considerados os textos como estruturas (daí nossa abordagem de gênero como estrutura) que se abrem a algumas leituras e se fecham para outras, ⁴⁸ e neste estudo investigamos essas estruturas procurando como os receptores percebem e utilizam estas aberturas e fechamentos. Além disso, avaliamos o que Pêcheux chamou de "interdiscurso", que está relacionado ao fato de não estarmos isolados na sociedade, de "experimentarmos uma multiplicidade de discursos", levando em conta que "no processo de decodificação e interpretação das mensagens dos meios sempre participam outras mensagens, outros discursos, tenhamos

4

⁴⁴ MARTÍN-BARBERO, Jesús. *América Latina e os anos recentes*: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUSA, Mauro Wilton de. **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: ECA-USP/Brasiliense, 1995, p. 40.

⁴⁵ MARTÍN-BARBERO, In SOUSA, Mauro Wilton de. Sujeito, o lado oculto do receptor. loc. cit.

⁴⁶ MARTÍN-BARBERO. América Latina e os anos recentes ... op. cit., p. 40.

⁴⁷ FISKE. **Television culture** ... op. cit., p. 20.

⁴⁸ FISKE. **Television culture** ... op. cit., p. 65.

consciência disso ou não", 49 num procedimento já anteriormente identificado como 'palimpsesto'.

3.3 A coleta de dados - os procedimentos metodológicos

Para responder às questões propostas, propomos realizar este estudo em três fases, que não chamamos de etapas pois não são seqüenciais, finalizando com uma análise transversal dos resultados. Por meio da realização de grupos focais e entrevistas em profundidade junto ao público de interesse, verificaremos a leitura feita dos conteúdos televisivos. Considerando que a recepção se dá no cotidiano das pessoas, para conhecer o que é este cotidiano, coletamos, ainda, os hábitos de consumo dos meios em uma abordagem quantitativa. Além disso, também realizamos a Análise do Discurso de três programas representativos do aspecto da 'exploração' da violência assim considerado pelo receptor, tendo em vista uma comparação entre emissão e leitura.

Como apoio à comparação, utilizamos um levantamento da grade de programação da TV aberta, em termos quantitativos, de 1965 a 2002, 50 com dados coletados no jornal diário *O Estado de S. Paulo*, da terceira semana de março, período este em que as emissoras estão voltadas para sua programação normal. Neste levantamento, as grades são classificadas em entretenimento, informação, educação e especial, com detalhamento da presença dos programas caracterizados pela 'exploração' da violência. Paralelamente, é levantada a audiência da programação, se não em todo o período acima especificado, devido a limitações de acesso a dados

⁴⁹ apud MORLEY. **Televisión, audiencias y estudios culturales** ... op. cit., pp. 113-114.

⁵⁰ O estudo do período de 1965 a 1995 foi publicado em EM INSTANTES, um trabalho conjunto, organizado pela Profa. Dra Sandra Reimão, do qual a autora deste relatório participou como pesquisadora do período 90-95. Os dados do período 96-2002 foram por nós coletados para este estudo.

mais recentes, pelo menos até o ano de 2000, o que consideramos suficiente para fins de definição do perfil do telespectador.

Para conhecer os hábitos de consumo dos meios, fazemos um mapeamento quantitativo do perfil socioeconômico e de consumo mediático do telespectador aplicando questionários estruturados, com perguntas fechadas (anexo I), junto a um público composto pelas classes AB, C e DE, ⁵¹ morador na região do ABC paulista, pois entendemos que este perfil contempla a média da população urbana, pela diversidade de origens, profissões e atividades, características dos moradores desta região.

Na fase denominada primeira, foram realizados Grupos Focais, num total de seis. O objetivo dessa fase foi explorar, numa abordagem qualitativa, os sentidos construídos, procurando reproduzir a situação de interação que acontece no processo de recepção dos conteúdos, quando as pessoas comentam os programas assistidos com familiares e amigos. Em cada grupo, o número de participantes foi, no mínimo, cinco e, no máximo, dez pessoas, quantidade definida em Salazar como sendo ideal, pois contempla "a relação edípica, matriz de todas as relações (...) o triângulo pai, mãe, filho e tio que é a ligação com o grupo macro" enquanto o limite superior se justifica a partir da afirmação de que "a quantidade de canais de comunicação cresce na razão geométrica proporcional ao número de elementos. Com mais de dez elementos, o número de canais seria excessivo". ⁵² As discussões ocorridas nos Grupos Focais foram gravadas, transcritas e analisadas na busca de conceitos utilizados na construção do instrumento da fase quantitativa.

⁵¹ Segundo Critério Brasil de classificação socioeconômica.

⁵² COLINA SALAZAR, Carlos Eduardo. Los grupos de discusión como propuesta metodológica. In: CERVANTES BARBA, Cecília & SANCHEZ RUIZ, Enrique (coord.). **Investigar la comunicación**. Guadalajara: s/e, 1994, p. 219.

Na fase quantitativa, foram entrevistadas 418 pessoas, tamanho de amostra escolhido observando-se o requisito mais severo de amostragem para variáveis de escala de intervalo,⁵³ considerando-se uma margem de erro de +/-5% para 95% de intervalo de confiança.⁵⁴ A seleção da amostra foi não-probabilística por cotas, representadas pelas cidades de aplicação.⁵⁵ Os questionários foram aplicados em pontos de maior movimento (ruas de comércio nos bairros – próximo a padarias, supermercados, bancos e colégios, feiras livres e nas regiões centrais destas cidades), em dias alternados (dias úteis e final de semana), procurando-se contemplar pessoas mais ativas (estudantes, pessoas que trabalham fora) e pessoas com atividades mais restritas às vizinhanças da moradia. Para processamento dos dados utilizamos o programa estatístico SPSS, valendo dizer, entretanto, que o tratamento estatístico restringiu-se ao cálculo de freqüências simples e cruzamentos de perfil, uma vez que este levantamento quantitativo serviu para triangulação das descobertas na fase qualitativa, importante para responder ao nosso interesse maior de análise da construção de sentidos dados aos conteúdos televisivos.

Após o levantamento quantitativo do perfil de consumo dos meios e opiniões sobre a programação de televisão, realizamos entrevistas focalizadas⁵⁶ para coleta do discurso do telespectador sobre esta programação. Essa técnica de abordagem permite uma interação pesquisador-pesquisado que facilita a compreensão do fenômeno em estudo, e que as relações entre as diversas variáveis que o constituem sejam identificadas e avaliadas no momento mesmo da coleta de dados. A dinâmica

-

⁵³ Segundo este critério a amostra ideal seria 385 pessoas, quantidade que foi aumentada tendo em vista a proporcionalidade da população das três cidades, Santo André, São Bernardo do Campo e São Caetano do Sul, onde foram aplicados os questionários.

⁵⁴ REA, Louis M. & PARKER, Richard A. **Metodologia de pesquisa** - do planejamento à execução. São Paulo: Pioneira, 2000, pp. 128 e 133.

⁵⁵ Indicadores de classificação socioeconômica - ABC, setembro 2000. Fonte Instituto de Pesquisa do Centro Universitário Municipal de São Caetano do Sul - INPES-IMES

⁵⁶ Consideramos que o termo 'focalizada' seja mais adequado à natureza das entrevistas realizadas, limitadas por um roteiro tratando de assuntos fixos, em formato semi-estruturado.

detalha situações, eventos e comportamentos observados, resultando em uma análise construída *in loco*, na qual as abstrações são geradas pelos dados. As abordagens não-estruturadas possibilitam combinar avaliações do ambiente macro traduzido nas situações micro dos indivíduos na "teia tecida pelo próprio homem", que é a cultura, ⁵⁷ cujo estudo implica a elucidação dos padrões de significados "incorporados nas formas simbólicas, que inclui ações, manifestações verbais e objetos significativos de vários tipos, em virtude dos quais os indivíduos comunicam-se entre si e partilham suas experiências". ⁵⁸

Na amostra desta terceira fase participaram tipos selecionados na primeira fase, a partir de critérios de representação de diferentes experiências: *recém chegados* - pessoas que adquiriram o primeiro aparelho de televisão após o Plano Real; *grupos marginais* - pessoas que assistem a menos de 4 horas de TV por semana e pessoas que assistem a mais de 10 horas; *divergentes* - pessoas contra a televisão e pessoas que adoram a telinha.⁵⁹ Na avaliação dos resultados, é importante destacar que o tamanho da 'amostra' está diretamente relacionado ao potencial de generalização desses resultados, o que nos leva a considerar a questão micro x macro. Corner nos diz que "a nova pesquisa em audiência aparece como uma forma de quietismo sociológico (...) atendendo cada vez mais aos microprocessos das relações do espectador com a tela, deixando de lado (...) a preocupação com as macroestruturas dos meios e das sociedades".⁶⁰ Por outro lado, Giddens cita Saussure.⁶¹ para quem a estrutura (macro) não é mais que um constructo analítico

-

⁵⁷ GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989, p. 15.

⁵⁸ WHITE apud THOMPSON. John B. **Ideologia e cultura moderna** ... op. cit., p. 175.

⁵⁹ Estes critérios de seleção têm como base teórica as considerações de SELLTIZ In: SELLTIZ, JAHODA, DEUTCH, COOK. **Métodos de pesquisa nas relações sociais**. São Paulo: E.P.U./USP, 1975, pp. 71-75.

⁶⁰ apud MORLEY, David. **Televisión, audiencias y estudios culturales**. Buenos Aires: Amorrortu editores, 1996, pp. 37-43.

⁶¹ GIDDENS, Anthony. Estruturalismo, pós-estruturalismo e a produção da cultura. In: GIDDENS, A. e TURNER, J. **Teoria social hoje**. São Paulo: UNESP, 1999, pp. 281-319.

que especifica a modelação de uma quantidade infinita de microprocessos e contextos. Para a solução do impasse, deve valer a regra da vigilância metodológica do pesquisador em relação a sua posição, seus pressupostos e seus objetivos. Em uma simplificação extrema, Lull diz que "quando 'a coisa é pra valer' ele estuda 100 famílias chinesas, ao invés de cinco (A China Ligada)". Dito de outra maneira, nos estudos de Comunicação, a prática tem sido a generalização proporcional ao tamanho da amostra. Por outro lado, quando trabalhamos dentro do paradigma qualitativo, nosso interesse dificilmente está centrado na generalização absoluta, mas na interpretação de sentidos e busca de relações latentes manifestadas nas informações coletadas, que permitam a compreensão do fenômeno em estudo.

As entrevistas foram gravadas, transcritas e sintetizadas em quadros de compilação, estruturados de acordo com os tópicos do roteiro. Estes quadros nos forneceram uma visão do todo, guiando-nos para as especificidades nas citações diretas dos entrevistados, nas quais buscando identificar as formações discursivas, entendendo-as como "o que pode e deve ser dito a partir de uma posição do sujeito, em uma certa conjuntura", 63 dando sentido às variações encontradas. Essa busca de sentido(s) foi feita utilizando-se a Análise do Discurso a partir da noção de formação discursiva que, segundo Orlandi, "se define como aquilo que numa formação ideológica dada - ou seja, a partir de uma posição dada em uma conjuntura sóciohistórica dada - determina o que pode e deve ser dito", 64 entendendo que "as palavras não têm um sentido nelas mesmas, elas derivam seus sentidos das formações discursivas em que se inscrevem".

 ⁶² Citação do Prof. James Lull no Seminário de Pós-Graduação Estudos Culturais, Etnografia e Recepção, promovido pela Comissão de Pós-Graduação da ECA-USP de 29 a 31 de agosto de 2000.
⁶³ ORLANDI, Eni P. Terra à vista - discurso do confronto: velho e novo mundo. São Paulo: Cortez, 1990, p. 39.

⁶⁴ ORLANDI, Eni P. **Análise de discurso** - princípios e procedimentos. 3a. ed., Campinas (SP): Pontes, 2001, p. 43.

Na fase da pesquisa de recepção, verificamos o modo como a programação de televisão realiza-se no discurso do receptor, as definições dadas aos conteúdos televisivos e a aproximação com o cotidiano em que o receptor está inserido. Porém, para que um estudo de recepção, no qual prevemos estabelecer 'sentidos de leitura', rompa com limites de generalização da audiência, dentro do argumento de que "as emissoras veiculam o que os telespectadores querem", é necessário trabalhar com a comparação. Tal comparação tem como parâmetro o contexto social do receptor e a cultura mediática dos sujeitos. Ou seja, estudamos a recepção que diferentes sujeitos fazem dos conteúdos televisivos, contextualizados em relação ao acesso aos bens de consumo, classificados conforme o Critério Brasil, considerando que esta classificação reflete a mediatização dos símbolos no meio ambiente em que os sujeitos da pesquisa (chamo aqui de sujeitos, pois é assim que serão analisados, como agentes ativos no processo de recepção) estão.

O agrupamento dos receptores-sujeitos sob uma chave primária faz sentido na medida em que entendemos que o *habitus* de classe se materializa e é legitimado em um *lócus*. Neste *lócus*, buscamos "as leituras preferenciais ou dominantes", lembrando que, "quando se diz que um texto está aberto para várias leituras, isso significa que ele admite mais de uma e não toda e qualquer leitura (...) isso porque as diversas leituras que o texto admite já estão nele inscritas como possibilidades". O estudo da recepção a partir desses grupos de receptores viabiliza também a avaliação da existência de uma leitura preferencial determinada pela organização dos programas em torno de uma mensagem central, em um contexto hegemônico, além

⁶⁵ FIORIN, José Luiz. Elementos de análise do discurso. São Paulo: Contexto, 2000, p. 81.

das perspectivas de "poder ideológico da mídia", porém compreendendo que estes receptores são mais do que indivíduos psicológicos.⁶⁶

Na fase de análise da mensagem de um programa com as características de interesse deste estudo, verificamos o discurso de três programas, definidos por ocasião da fase quantitativa, visando comparar as formas de recepção e o discurso da emissão. As bases desta análise foram as mesmas utilizadas para a análise dos discursos dos receptores, ou seja, buscamos as formações discursivas que "definem o universo do 'dizível' (...) cujo jogo remete o texto à sua exterioridade (...) que só vai ser constitutiva ao definir-se em função do interdiscurso". Nesse processo entendemos a linguagem como interação social, em que o Outro desempenha papel fundamental na constituição do significado, integrando todo ato de enunciação individual num contexto mais amplo, revelando as relações intrínsecas entre o lingüístico e o social. 68

3.4 Discussão teórica da abordagem metodológica

Na descrição dos procedimentos metodológicos da fase empírica deste trabalho, são relacionadas técnicas quantitativas e qualitativas⁶⁹ de coleta e tratamento de dados. As técnicas quantitativas são utilizadas na perspectiva de mapear o contexto em que o fenômeno de interesse ocorre, ou seja, o consumo dos meios e em especial de televisão, o perfil da grade de programação e a audiência. Este mapeamento é a base do trabalho, o ponto de partida para a segunda fase em que

⁶⁶ Aqui fazemos referências às abordagens dos Usos e Gratificações e às análises ideológicas de Morley e Brunsdon dos efeitos da mídia, conforme WHITE, Robert. Recepção: a abordagem dos estudos culturais. *Comunicação & Educação*, São Paulo: USP-ECA/Moderna, no. 12, maio/ago., 1998, p. 65.

⁶⁷ ORLANDI.**Terra à vista** op. cit., pp. 38-44.

⁶⁸ BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. Campinas (SP): UNICAMP. s/a, p. 10.

⁶⁹ Utilizamos a terminologia Quantitativa e Qualitativa por facilidade de expressão e descrição dos procedimentos, lembrando, entretanto, que as duas abordagens devam ser entendidas e utilizadas mais no sentido da complementaridade do que da dicotomia.

estudamos o processo de comunicação envolvendo o meio televisivo, foco deste trabalho, o que foi feito empregando-se técnicas qualitativas.

Buscar o sentido do processo de comunicação em uma perspectiva que vá além da interpretação de dados mensuráveis é algo instável, difícil de ser realizado dentro de uma perspectiva de objetividade, confiabilidade e validade, princípios das ciências. Os primórdios da utilização de métodos qualitativos datam da segunda metade do século XIX, com Lês ouvriers europées (1855), em que Fréderic Le Play estuda famílias trabalhadoras da Europa por meio da observação direta da realidade; Henry Mayhew, em London labour and the London poor (1851 e 1862) utiliza histórias de vida e entrevistas "em profundidade" para obter informações sobre as condições de pobreza dos trabalhadores e dos desempregados de Londres. No século XX, um marco é The polish peasant (1927), pesquisa elaborada na Escola de Chicago, 70 utilizando a abordagem interacionista; Sidney e Beatrice Webbs, em Methods of social investigation (1932), fazem estudos sociais e políticos, descrição e análise das instituições, através de entrevistas, observações e documentos. Na antropologia, Franz Boas faz estudos descritivos de abordagem indutiva, a partir do ponto de vista de seus membros, utilizando com intensidade os documentos.⁷¹ Mesmo estudiosos de uma linha tradicional, autores de clássicos estudos estatísticos, entre eles Durkheim, reconhecem em dados momentos que as transformações socioculturais e os aspectos por elas envolvidos - forças, processos, relação e uniformidade - não permitem uma aproximação essencialmente quantitativa, e

⁷⁰ Outros estudos etnográficos realizados na Escola de Chicago - Nels Andersen em *The Hobo* (1923) estuda os andarilhos que viajavam clandestinamente e viviam do trabalho sazonal; Frederick Trasler estuda 1313 gangues publicado em *The gang* (1927); Louis Wirth com *The gueto* (1928); Harvey Zorbough estuda o contraste elite X pensão em *The gold coast and slum* (1929) e Paul Crossey faz um estudo sobre as *taxi-girls* em *The taxi-dance hall* (1932).

⁷¹ GODOY, Arilda Schmidt. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. *Revista de Administração de Empresas*. São Paulo: FGV, v. 35, no. 2, 1995, mar/abr., pp. 57-63, e v. 35, n.3, mai/jun., pp. 20-29.

passam a utilizar abordagens mais flexíveis, como a etnográfica utilizada em *De* quelques formes primitives de classification.

A abordagem qualitativa permite um conhecimento que vai além da descrição de comportamento. A interação que ocorre nas entrevistas e nos grupos focais possibilita compreender o processo de realização do fenômeno em estudo, e permite que as relações entre as diversas variáveis que o constituem sejam identificadas e avaliadas no momento mesmo da coleta de dados.

Essas técnicas de coleta de dados sofrem críticas por serem fontes de vieses, produtos da interação pesquisador-pesquisado, da situação e dos instrumentos. Considerando que nenhuma técnica é totalmente livre de influências indesejáveis, partimos do princípio de que "não existe outra forma para excluir os vieses nas ciências sociais do que enfrentar as premissas valorativas de forma explícita, específica e concreta", ⁷² ou seja, o importante é procurar identificar situações de viés, através do exercício da vigilância epistemológica e metodológica de forma a prevenir tais influências.

Os resultados das pesquisas que empregam a abordagem qualitativa, assim como em outras abordagens, devem obedecer a critérios de validação para que sejam aceitos no campo científico: validade aparente, validade interna, validade instrumental, validade teórica e validade consultiva. É importante problematizarmos cada um destes critérios no contexto das técnicas utilizadas no estudo, de forma a evitar desvios originados do próprio procedimento de investigação, como alertado por Leal, quando chama a atenção para o fato de que,

⁷³ ALVES-MAZZOTTI, Alda, GEWANDSZNAJDAR, Fernando. **O método nas ciências naturais e sociais**. Pesquisa quantitativa e qualitativa. São Paulo: Pioneira, 1998.

⁷² HAGUETTE, Teresa Maria Frota. **Metodologias qualitativas na Sociologia**. Petrópolis(RJ): Vozes, 1999, p. 87.

⁷⁴ LEAL, Ondina Fachel. *Etnografia da audiência*: uma discussão metodológica. In: SOUSA. **Sujeito, o lado oculto do receptor** ... op. cit., p. 117

por exemplo, o resultado dos Grupos Focais na pesquisa de recepção não pode ser utilizado como reflexo do modo de recepção, mas sim como exploração da opinião das pessoas sobre o assunto.

O método de pesquisa deve produzir o tipo de informação desejado ou esperado (ex. pontos de vista, experiências, entre outras), dando validade aparente aos seus resultados. Cumprimos este critério quando construímos os instrumentos de coleta a partir dos objetivos do estudo. A flexibilidade, característica principal da abordagem qualitativa, permite que as etapas (construção do instrumento, coleta e análise) se interpenetrem, possibilitando a diversidade e a profundidade de resultados, o que vai ao encontro do objetivo final do emprego das técnicas qualitativas. Entretanto, como as posições em relação a este aspecto nem sempre são de consenso, pelo menos no que se refere ao emprego da etnografía, Fiske sustenta que "o principal mérito dos métodos etnográficos de estudo é que nos permitem explicar a diversidade". 75 Morley diz que o "estudo etnográfico da realidade tem por objeto descobrir regularidades e pautas de conduta, de decodificação e resposta, e não revelar a diversidade", ao que Ang complementa dizendo que o "objetivo crítico da etnografia não é somente descobrir e validar a diversidade e a diferença, mas também, o mais ambicioso, desembaraçar as intricadas intersecções entre o diverso e o homogêneo". Trazendo essas considerações para nosso universo de estudo, consideramos nossos objetivos mais próximos aos relacionados por essa autora dinamarquesa. Realizamos as Análises de Discurso dos programas e das entrevistas visando entender como ocorre a troca entre locutores e discursos.

A validade interna, uma noção freqüentemente vista como particularmente adequada à pesquisa qualitativa, refere-se à adequação de concordância entre os

⁷⁵ apud MORLEY. **Televisión, audiencias y estudios culturales** ... op. cit., p. 50.

⁷⁶ apud MORLEY. **Televisión, audiencias y estudios culturales** ... op. cit., p. 51.

dados e as descobertas ou conclusões. Para responder a estes critérios, devemos manter vigilância na construção do roteiro da entrevista e/ou grupos focais e na sua aplicação e sermos capazes de distinguir entre as informações de caráter subjetivo e aquelas de caráter objetivo emitidas pelos respondentes. Conforme nos lembra Haguette, "embora os dois tipos de informação sejam importantes, devemos ter sempre em mente que as afirmações do informante representam meramente sua percepção, filtrada e modificada por suas reações cognitivas e emocionais e relatadas através de sua capacidade pessoal de verbalização". ⁷⁷ A validação das informações coletadas é também realizada pelo tempo de permanência no campo. Drotner⁷⁸ chama a atenção para as possíveis discrepâncias entre o discurso e a ação do ato investigativo, facilmente influenciável, neste caso, pelos pressupostos do pesquisador. Citando a experiência prática da pesquisadora dinamarquesa, foi apenas passando algum tempo com o grupo de adolescentes, seu objeto de estudo, que ela pôde perceber que algumas discrepâncias entre suas conclusões sobre sua observação participante e os resultados das entrevistas em profundidade estavam enraizadas na sua maneira de perguntar. Este exemplo evidencia a necessidade de uma constante vigilância metodológica no sentido de permitir que o objeto de estudo se manifeste livremente, independentemente da visão inicial do pesquisador. Segundo Drotner, ⁷⁹ a maioria dos etnógrafos de mídia nórdicos é muito persistente, permanecendo até três anos junto aos seus objetos de estudo. Do outro lado da escala, os assistentes de Lull ficaram uma semana com as famílias de informantes. 80 Aqui novamente o que deve prevalecer é a vigilância da centralidade da observação nos processos de

⁷⁷ HAGUETTE, **Metodologias qualitativas na sociologia** ... op. cit., p. 88.

⁷⁸ DROTNER, Kirsten. Menos é mais: estudos etnográficos de mídia e seus limites In: LOPES, Maria Immacolata V. de. **Temas contemporâneos em comunicação**. São Paulo:Edicon/Intercom, 1997, pp. 168-170.

⁷⁹ DROTNER. op. cit., p.181 In: LOPES. **Temas contemporâneos em Comunicação** ... op. cit.

⁸⁰ DROTNER. op., cit., p.182 In: LOPES. Temas contemporâneos em Comunicação ... op. cit.

significação, para que seja um estudo etnográfico de mídia. Seguindo os conceitos de Geertz sobre descrição densa e opção por uma variedade de informação compilada ao longo do tempo, o tempo de permanência vai ser um fator determinante dos aspectos a serem salientados no estudo resultante. Drotner, sempre de acordo com suas experiências práticas, considera "que o pesquisador deveria ficar com seus informantes o tempo necessário para avaliar não apenas as questões imediatas, mas também para vê-las dentro de novas estruturas culturais. Se isto puder ser feito em um dia ou uma semana, então está bom. A maioria geralmente precisa de mais tempo". 81 Outros pesquisadores de mídia (por ex. Corner 1991, Schroder 1994 apud Drotner) advertem que em tal imersão "perde-se de vista o meio em um emaranhado de informação contextual". A permanência prolongada vai permitir a validação dos dados ou das informações, por meio da consulta dos envolvidos no processo da pesquisa, respondendo ao critério de validade consultiva. No caso da pesquisa base deste estudo de recepção, embora não estejamos fazendo etnografia, adaptamos essas orientações aos procedimentos de entrevistas e grupos focais no sentido de flexibilidade de roteiro e tempo de reunião.

Um outro aspecto polemizado sempre que é utilizada a abordagem qualitativa é o tamanho da 'amostra'. Nos estudos de Comunicação, a prática tem sido a generalização proporcional ao tamanho da amostra, porém, como comentado anteriormente, aqui deve ser considerada a questão micro x macro, lembrando Giddens ao citar Saussure, para quem a estrutura (macro) não é mais que um constructo analítico que especifica a modelação de uma quantidade infinita de microprocessos e contextos. Por outro lado, quando trabalhamos dentro do paradigma qualitativo, nosso interesse dificilmente estará centrado na generalização

-

 $^{^{81}}$ DROTNER. op, cit., p.182 In: LOPES. Temas contemporâneos em Comunicação \dots op. cit.

absoluta, mas sim, muito provavelmente, na interpretação de sentidos e busca de relações latentes manifestadas nas informações coletadas, que permitem a compreensão do fenômeno em estudo. Para a solução do impasse, deve valer a regra da vigilância metodológica do pesquisador em relação à sua posição, seus pressupostos e seus objetivos.

Mesmo que a abordagem qualitativa implique maior flexibilidade no planejamento, optamos, neste estudo, pela linha metodológica defendida por Marshall e Rossman e Milles & Huberman⁸³, entendendo que, uma vez definidos o campo de investigação, os objetivos, o referencial teórico, um mínimo de estruturação permitirá melhor aproveitamento do tempo, dos dados coletados e profundidade de análise. Nesse sentido, a validade interna que diz respeito ao controle de variáveis estranhas é diferente da externa, que busca a generalização dos resultados, fidedignidade, para podermos estender as conclusões ao grupo maior, uma vez que os objetivos do estudo qualitativo não buscam este grau de generalização.

A validade instrumental procura a combinação entre os dados fornecidos por um método de pesquisa e aqueles gerados por algum procedimento alternativo aceito como válido, permitindo comparações em nível individual ou entre amostras mais ou menos combinadas com certo cuidado. A permanência prolongada no campo e o cruzamento com dados obtidos por meio de outras fontes, por métodos diferentes, nos ajudam a responder a este questionamento.

Validade teórica refere-se à legitimidade dos procedimentos da pesquisa em termos de teoria estabelecida - psicológica, sociológica, ou outra relacionada ao

83 apud ALVES-MAZZOTI, Alda, GEWANDSZNAJDAR, Fernando. O método nas ciências naturais e sociais - Pesquisa quantitativa e qualitativa. São Paulo: Pioneira, 1998, p. 148.

⁸² GIDDENS, Anthony. Estruturalismo, pós-estruturalismo e a produção da cultura. In: GIDDENS, A., TURNER, J. Teoria social hoje. São Paulo: UNESP, 1999, pp. 281-319.

campo de estudo. Lopes afirma que "nas pesquisas internacionais continua a prevalecer um insatisfatório nível descritivo (...) e uma perigosa tendência à indulgência e a uma abstenção da crítica, produzindo, assim, múltiplas versões do que parece ser um mesmo texto sobre resistência, prazer e estratégias de consumo". 84 Fiske 85 também questiona a falta de reflexibilidade dos etnógrafos de mídia sobre os fundamentos teóricos e epistemológicos de seu trabalho, preocupando-se também com o posicionamento do pesquisador na interpretação dos dados. Validamos teoricamente os resultados obtidos por meio da abordagem qualitativa quando identificamos os aspectos relevantes e relações significativas no esquema conceitual inicial. Ainda que este esquema nos forneça orientações sobre categorias de análise, aqui também nos é permitido a inclusão ou o abandono de categorias conforme as descobertas. O importante, mais uma vez, é que tenhamos em mente que a metodologia adotada deve ser coerente ao problema abordado da concepção à análise final. 86

3.5 Interpretando textos à busca de discursos

Na perspectiva dos estudos da linguagem desenvolvidos por Bakhtin,⁸⁷ os significados são produtos da interação social em que se concretiza a palavra. O homem se diferencia dos outros animais pela capacidade de usar signos e símbolos e é na linguagem que esta capacidade encontra seu potencial máximo. Sem a linguagem, o homem não seria capaz de pensar, pois ele pensa por meio das palavras que representam o assunto em questão, e o mundo só adquire sentido para ele pelas

⁸⁴ LOPES, Maria Immacolata V. Uma metodologia para a pesquisa das mediações. Coletânea - mídias e recepção/2000. Unisinos-COMPÓS, p. 124.

⁸⁵ apud MORLEY. **Televisión, audiencias y estudios culturales** ... op. cit., p. 51.

⁸⁶ ALVES-MAZZOTTI. **O método nas ciências naturais e sociais** ... op. cit.

⁸⁷ BAKHTIN, Mikhail (Volochinov). **Marxismo e filosofia da linguagem**. 9a. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

palavras que reconhece na interação social. Para Bakhtin, "compreender um signo consiste em aproximar o signo apreendido de outro signo já conhecido". 88 Diante disso, o homem só é capaz de pensar aquilo que está ao alcance de sua cognição e seu reconhecimento, ou seja, dentro de sua cultura, essa vista como o conjunto de elementos simbólicos e concretos representativos de uma determinada rede de interação social. Para que o conjunto de palavras adquira o *status* de língua e seja entendido como linguagem dentro de uma cultura, é necessário que seus agentes, os indivíduos, "penetrem na corrente da comunicação verbal", 89 sendo capazes de dar sentido às palavras, num processo de significação no qual os textos são entendidos a partir da superposição dos vários discursos aos quais são ou foram expostos.

Essa linha de pensamento leva-nos ao conceito de consciência possível, ⁹⁰ segundo o qual as informações são assimiladas ou não pela consciência, dependendo de sua estrutura, que só vai permitir que um sentido se estabeleça dentro de um horizonte de possibilidade de existência de um discurso, que é estabelecido socialmente. ⁹¹

Ilustrativo desse processo é a utilização mistificadora da linguagem pelo totalitarismo com a função de criar e manter o afastamento da realidade, comentada por Souki ao discorrer sobre o trabalho de Hannah Arendt. Papós analisar o processo de julgamento de Eichmann, Arendt conclui que a impossibilidade do réu de se comunicar era decorrente de barreiras que ele mesmo levantava "(...) não

⁸⁸ BAKHTIN. **Marxismo e filosofia da linguagem** ... op. cit., p. 34.

⁸⁹ FREIRE, Paulo. **A importância do ato de ler**. São Paulo: Cortez, 1983, p. 11-24.

⁹⁰ GOLDMANN. Ciências humanas e Filosofia. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1988.

⁹¹ BACCEGA, Maria Aparecida. **Palavra e discurso** – história e literatura. São Paulo: Ática, 1995.

⁹² SOUKI, Nadia. **Hannah Arendt e a banalidade do mal**. Belo Horizonte: UFMG, 1998, pp. 95, 107.

porque mentisse, mas porque estava 'fechado' às palavras e à presença de terceiros e, portanto, à realidade como tal". 93

Uma importante vertente de estudos dos telespectadores é o que se chama de Análise da Recepção, cujo foco de interesse é a construção (ou a re-construção) pelo telespectador da realidade social e seus significados, a partir dos conteúdos dos meios. Segundo Fiske, ⁹⁴ o texto é o resultado significativo do diálogo entre o conteúdo e o leitor. Ou seja, "um programa de televisão torna-se um texto no momento da leitura, quando sua interação com uma das muitas audiências ativa algum dos significados/prazer que ele é capaz de provocar. (...) Um programa é produzido pela indústria, um texto pelos leitores". ⁹⁵

O conteúdo dos meios é, dessa forma, polissêmico, no sentido dado por Fiori. A multiplicidade de significados textuais, entretanto, tem uma dimensão adicional. Textos são constituídos por muitas linguagens e sistemas de significação diferentes. Estes incluem os códigos de vestimenta, aparência física, classe e ocupação, religião, etnicidade, região, círculos sociais e muito mais. Quaisquer palavras em linguagem falada ou interação em um drama podem ter diferentes significados em relação a qualquer ou várias destas outras linguagens. Partindo dessas observações, a interação entre indivíduos e a mídia é melhor desvelada buscando-se na palavra de cada um os sentidos atribuídos.

No estudo da recepção dos conteúdos televisivos, o que interessa ao pesquisador é o texto que se inicia na palavra do produtor/emissor e é decodificado/transcodificado na palavra do receptor. Este texto é uma manifestação lingüística dentro de uma mesma comunidade sociocultural, situacional, cognitiva

⁹⁴ apud McQUAIL, Denis. **McQuail's mass communication theory**. 4th ed., London: SAGE, 2000.

⁹³ SOUKI, **Hannah Arendt ...** op. cit., p. 96.

⁹⁵ McQUAIL. McQuail's mass communication theory ... op. cit.

⁹⁶ McQUAIL. McQuail's mass communication theory ... op cit.

que se transforma em discurso na interação verbal, cujo sentido reflete e refrata a ideologia no espaço entre enunciador e enunciatário. Cabe ao pesquisador interpretar "a relação do sujeito com a língua, com a história, com os sentidos", 97 revelando os efeitos dos esquecimentos, paráfrases e polissemia, produtos da ideologia que dá sentido aos discursos. Esse movimento de interpretação é melhor realizado rompendo os limites do "fetichismo" da *evidence*, que não deve ser confundida com rigor científico, com a " extrema vigilância das condições de utilização das técnicas, da sua adequação ao problema posto e às condições do seu emprego". 98

Os recentes estudos empíricos qualitativos sobre os meios de comunicação reconhecem cada vez mais a opacidade do discurso instaurado entre produção e emissão na polissemia do texto, 99 no processo de recepção ativa, 100 na intertextualidade 101 e no papel da mediação da comunicação de massa na sociedade. 102 Tal reconhecimento só é possível com a utilização de estratégias ou procedimentos que permitam ao analista destes discursos trabalhar numa posição relativizada em face da interpretação de modo que ele "atravesse o efeito da transparência da linguagem, da literalidade do sentido e da onipotência do sujeito", 103 o que ele faz a partir de seus objetivos, do seu conhecimento do texto e contexto, nas palavras de Orlandi, "da questão posta, da natureza do material que analisa e da finalidade da análise". 104 Para a Análise do Discurso, interessa a língua como significação. O essencial na tarefa de decodificação (a recepção) não consiste em

9′

⁹⁷ ORLANDI. Eni P. **Análise de discurso** - princípios e procedimentos. 3a. ed., São Paulo: Pontes, 2001, p. 47.

BOURDIEU, Pierre. O poder simbólico. 4a. ed., Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001, passin.
HALL, 1980 apud DROTNER. op. cit. In: LOPES. Temas contemporâneos em comunicação ...
op. cit.

¹⁰⁰ MORLEY, 1980 e 1986, RADWAY, 1984, ANG, 1985, JENSEN, 1986, etc. apud MORLEY. **Televisión, audiencias y estudios culturales** ... op. cit.

¹⁰¹ FISKE, 1987 apud MORLEY. **Televisión, audiencias y estudios culturales** ... op. cit.

¹⁰² MARTÍN-BARBERO, 1987 apud MORLEY. **Televisión, audiencias y estudios culturales** ... op.

¹⁰³ ORLANDI. Eni P. **Análise de discurso ...** op. cit, p. 61.

reconhecer a forma utilizada, mas compreendê-la num contexto concreto preciso, compreender sua significação numa enunciação particular.

É no cotidiano que podemos mais facilmente captar os processos sociais e, conseqüentemente, comunicacionais. Nele estamos mais desarmados, ¹⁰⁵ permitindo que se manifeste uma ideologia "que é distinta dos sistemas ideológicos constituídos, tais como a arte, a moral, o direito, etc.", ¹⁰⁶ constituída pelo "domínio da palavra interior e exterior desordenada e não fixada num sistema, que acompanha cada um de nossos atos ou gestos e cada um dos nossos estados de consciência", ou seja, a "ideologia do cotidiano". Para interpretarmos essa construção de sentidos, é importante entendê-la como um processo formativo e não uma aplicação sistemática de sentidos já estabelecidos. ¹⁰⁷

Ao cientista social cabe a compreensão e a interpretação desse processo, o que só pode ser feito em recortes, pois é impossível a apreensão individual de toda a realidade. Este recorte é caracterizado pela subjetividade do pesquisador sem que isso diminua o valor da descoberta, na medida em que se mantenha a objetividade de finalidade, possibilitada em parte pela integração do observado na observação. O condicionamento social do conhecimento não deve ser interpretado como obstáculo à objetividade na medida em que sejam observadas as relações de interesse das classes em jogo com as tendências objetivas da evolução social.¹⁰⁸

Nesta mesma linha, falando de "ciência com consciência", Morin afirma que "o homem conhece o mundo, não pelo que dele subtrai, mas pelo que a ele acrescenta de si mesmo. O verdadeiro conhecimento dialetiza sem cessar a relação

¹⁰⁶ BAKHTIN. **Marxismo e filosofia da linguagem** ... op. cit., p. 118.

¹⁰⁴ ORLANDI. Eni P. **Análise de discurso ...** op. cit, p. 27.

¹⁰⁵ BACCEGA. **Palavra e discurso** ... op. cit.

¹⁰⁷ HAGUETTE. Metodologias qualitativas na sociologia ... op. cit

¹⁰⁸ CHAUÍ, Marilena. **Introdução à história da filosofia**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

observador-observado, 'subtraindo' e 'acrescentando'". ¹⁰⁹ De volta à questão da linguagem, o analista pode, ainda que seja na condição de enunciador e enunciatário, buscar "as motivações, as intencionalidades, os interesses, as necessidades e, sobretudo, os condicionantes sociais presentes em um determinado segmento econômico, do qual fazem parte os interlocutores", aplicando o conceito desenvolvido por Baccega¹¹⁰ na interpretação dos significados atribuídos aos conteúdos da mídia.

O conjunto de palavras constitui o texto, e este se transforma em discurso, na medida em que é inserido e utilizado no cotidiano. Este discurso, resultante da interação social, é produto de vários discursos, que têm como porta-voz um indivíduo/sujeito que é enunciador/enunciatário dessa multiplicidade. 111 Para Jobim e Souza, "se cada enunciado, no contexto de uma interação verbal, é um elo de uma cadeia mais ampla de textos, cada texto pode ser compreendido como mônada que refrata todos os textos de uma dada esfera temática". 112 A sociedade é depositária e construtora da dinâmica de trocas e imposições, normalmente capitaneadas pela estrutura político-econômica. O cotidiano é o lugar onde se constitui o significado das palavras, a partir da circulação das formas simbólicas, permitida pela consciência possível, resultante de uma ideologia, que é impregnada, por sua vez, de estereótipos e preconceitos. Schaff¹¹³ trata a língua como um conjunto de juízos de valor, preconceitos, estereótipos. Neste sentido, a linguagem é mediadora entre o que é social e o que é individual no pensamento. Em Lippman, 114 vemos que o

¹⁰⁹ MORIN, Edgar. **Ciência com consciência**. Portugal: Publicações Europa-América, 1990.

¹¹⁰ BACCEGA. Comunicação e linguagem - discurso e ciência. São Paulo: Moderna, 1998.

¹¹¹ BACCEGA. **Palavra e discurso** ... op. cit.

¹¹² JOBIM e SOUZA, Solange. Mikhail Bakhtin e Walter Benjamin: polifonia, alegoria e o conceito de verdade no discurso da ciência contemporânea. In: BRAIT, Beth (org.). **Bakhtin, dialogismo e construção do sentido**. Campinas, SP: UNICAMP, 1997, p. 341.

¹¹³ SCHAFF, Adam. Linguagem e conhecimento. Coimbra: Almedina, 1974.

¹¹⁴ LIPPMANN, Walter. *Estereótipos*. In: STEINBERG, Charles (org.) **Meios de comunicação de massa**. São Paulo: Cultrix, 1972.

desconhecimento da realidade leva à adoção do estereótipo pelo processo da simplificação. Assim, estereótipo e preconceito são muletas na correria do dia-a-dia, transformando o que é comum em universal, por meio do simbolismo.

Interessado no processo de recepção dos conteúdos da mídia, o pesquisador utiliza relatos, descrições, registros das percepções do cotidiano. Os estudos do discurso são empregados no campo da comunicação a partir dos anos 1980, contribuindo para "explicar e sistematizar um modo de LER os fenômenos e as práticas culturais voltados para os processos de articulação dos sentidos disseminados pela mídia no imaginário social". No campo específico da Análise do Discurso, etapa final desse processo de entendimento da construção de significados, desenvolvido pelo pesquisador do campo da comunicação, Brandão reforça a idéia da necessidade de uma vigilância em relação aos objetivos do estudo, para que não se perca de vista a 'objetividade científica'. Para Bakhtin, o centro de gravidade da língua não reside na conformidade à norma da forma utilizada, mas na nova significação que essa forma adquire no contexto. Por isso, a Análise do Discurso preocupa-se com a significação num dado contexto.

Uma de nossas hipóteses é que o estado de insegurança em que vivemos é fruto, ainda que em parte, da forma como os fatos relacionados ao cotidiano nas grandes cidades são relatados na mídia, o discurso do receptor re-produzindo o discurso da mídia, e esse reproduzindo o discurso daquele. Tendo isso em vista, o estudo da linguagem entendida como ponto de intersecção entre condições sociais e língua, não importando o local, é chave para a compreensão do sentido construído a partir da articulação dos processos ideológicos e dos fenômenos lingüísticos, do

¹¹⁵ FERNANDES, Terezinha Fátima Tagé Dias. Cultura e memória social no discurso jornalístico. In: TRIVINHO, Eugênio, LOPES, Dirceu Fernandes (orgs.). **Sociedade mediática - significação, mediações e exclusão**. Santos (SP): Leopoldianum, 2000, p. 98.

¹¹⁶ BRANDÃO. **Subjetividade, argumentação, polifonia** ... op. cit., pp. 56, 57.

discurso¹¹⁸, na mesma linha de Orlandi quando enfatiza que "a palavra discurso, etimologicamente, tem em si a idéia de curso, de percurso, de correr por, de movimento. O discurso é a palavra em movimento, prática de linguagem: com o estudo do discurso, observa-se o homem falando. Na análise do discurso, procura-se compreender a língua fazendo sentido".¹¹⁹

Para compreensão do processo de construção de sentido das mensagens recebidas dos conteúdos televisivos e sua intersecção com o cotidiano, buscamos esse cotidiano nas palavras dos receptores, interpretando-as paralelamente aos discursos explicitados nas mensagens. Neste estudo, realizamos Análises do Discurso de programas representativos do aspecto da 'exploração' da violência, e das falas dos receptores sobre esses mesmos programas, numa abordagem do processo a partir da perspectiva de produção de significados, onde os elementos deixam de ser emissormensagem-receptor para serem discurso e locutores. O corte de análise é a definição dada à violência e a forma como esta é tratada nos textos e os programas escolhidos na grade de programação no horário das 19h às 22h, na televisão de canal aberto, dentro da categoria de programas caracterizados pelo apelo à violência.

¹¹⁷ BAKHTIN. **Marxismo e filosofia da linguagem** ... op. cit., pp. 92, 93.

¹¹⁸ BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. 7a. ed. Campinas (SP): UNICAMP, s.d. p. 12.

¹¹⁹ ORLANDI, Eni P. **Análise de discurso -** Princípios e Procedimentos, 2a. ed.. Campinas (SP): Pontes, 2000, p. 15.