

Pesquisa de recepção: investigadores, paradigmas, contribuições latino-americanas*

Entrevista com Guillermo Orozco**

Nilda Jacks***

RESUMO

Esta entrevista foi realizada em abril de 1992, na cidade do México, durante a vigência da bolsa sanduíche concedida pelo CNPq, para co-orientação da Tese de Doutorado "Comunicação e Identidade Cultural: Recepção de Telenovela no Cotidiano Regional".

Guillermo Orozco - Doutor em Educação pela Universidade de Harvard, professor titular do Departamento de Comunicação da Universidade Ibero-Americana Coordenador do Programa Institucional de Investigação em Comunicação e Práticas Sociais
Palavras Chave: Investigação; Paradigmas; Recepção

ABSTRACT

This interview occurred in April 1992 in the city of Mexico while the author held a CNPQ scholarship for the purpose of co-advising a doctor's thesis entitled "Communication and Cultural Identity: Reception of Television Soap Operas in the Region's daily life".

Guillermo Orozco is Doctor in Education, by the University of Harvard, professor "titular" in the Department of Communication of the Ibero-Americana University and coordinator of the Institutional Program of Investigation in Communication and Social Practices.

Key words: Research; Models; Reception

RESUMEN

Esta entrevista ha sido realizada en abril de 1992, en la ciudad de Méjico, mientras duraba la "beca sandwich", concedida por el CNPq, para la orientación de la Tesis de Doctorado, cuyo título es "Comunicación e Identidad Cultural: Recepción de la Telenovela en el Cotidiano Regional".

Guillermo Orozco: Doctor en Educación por la Universidad de Harvard, profesor titular del Departamento de Comunicación de la Universidad Ibero-Americana y Coordinador del Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales.

Palabras clave: Investigación; Paradigmas; Recepción

* Esta entrevista foi realizada em abril de 92, na Cidade do México, durante a vigência da bolsa sanduíche concedida pelo CNPQ, para co-orientação da Tese de Doutorado "Comunicação e Identidade Cultural: Recepção de telenovela no cotidiano regional.

** Guillermo Orozco - Doutor em Educação pela Universidade de Harvard, professor titular do Departamento de Comunicação da Universidade Iberoamericana e Coordenador do Programa Institucional de Investigação em Comunicação Práticas Sociais.

*** Professora da Faculdade de Comunicação Social da Universidade Federal de Santa Maria - RS.

Nilda - O atual estágio dos estudos de recepção comporta diversas linhas de investigação. Poderiam identificá-las juntamente com suas propostas teórico-metodológicas?

Orozco - É uma pergunta bastante extensa. Creio que atualmente há uns 6 ou 7 distintos modelos teórico-metodológicos para investigar a recepção.

Uma delas, "usos sociais", trata de verificar o que fazem as pessoas quando vêem televisão ou escutam rádio ou lêem jornal. O que fazem com a informação, como a usa para a sua vida diária.

O modelo do "consumo cultural", apesar de não ter uma proposta muito detalhada de tipo metodológico e instrumental, tem uma concepção bastante acabada. Em parte obtida em correntes marxistas sobre consumo, mas acima de tudo, originalmente, conceitualizou e elaborou um entendimento da recepção e da interação com a cultura em geral, com bens culturais distintivos do modelo. Esta conceitualização entende que todos consumimos não só produtos materiais, mas também produtos simbólicos. Então, reúne produtos materiais como os museus e todas as exposições de objetos, assim como mensagens, interpretações, símbolos de toda a cultura e da vida diária.

Outro modelo é o da "mediação múltipla", com o qual trabalho, que trata de entender o processo de recepção como um modelo que não é linear, claro, e muito menos unívoco, senão que se dá em várias direções e sofre a intervenção e o condicionamento de uma série de situações do contexto cultural, político, histórico, etc.

A "etnografia" que trata de descrever com muitos detalhes o que passa na interação de algum meio e com as mensagens de comunicação. Este modelo está ligado aos estudos realizados pelo francês Michel De Certeau sobre a vida cotidiana. Isto é, entende sobretudo que a recepção é parte de uma série de atividades e pensamentos que têm as pessoas em sua vida cotidiana, que com o passar do tempo vão integrando e processados estes conteúdos pelos receptores.

Estes são alguns dos principais modelos, mas me referiria a um mais, que é do "jogo", que ainda não se desenvolveu conceitualmente. Diferentemente do modelo "consumo cultural", este modelo é uma proposta muito técnica e instrumental, para ver como se apropria um grupo de receptores de algum significado para o "jogo", para uma atividade concreta. Apesar de não haver desenvolvido uma conceitualização maior, pode ser tomado como uma perspectiva de apropriação de mensagens através do jogo, como um derivado do modelo dos "usos sociais".

Alguns deste modelos centram-se nos processos de recepção e outros no produto da recepção.

N - Em termos de proposta integral teórico-metodológico, quais se apresentam mais desenvolvidos?

O - A última ("jogo"), por exemplo, é fundamentalmente uma metodologia para observar a apropriação das mensagens massivas, mas não desenvolveu muito a parte conceitual.

O "consumo cultural" é um modelo que se desenvolveu bastante teoricamente, mas metodologicamente utiliza os instrumentos da pesquisa

de mercado e outras técnicas que podem ser consideradas universais, ou seja, podem ser utilizados por qualquer tipo de investigação. Não tem método próprio.

A "etnografia" é uma metodologia muito completa que tem bem equilibrada a parte conceitual com a técnica, como a observação participante. Tem afinal um aparato metodológico muito importante e desenvolvido.

Quanto à "mediação múltipla", está em processo de consolidar-se. Conduz equilibradamente os dois aspectos, não como técnicas únicas, quer dizer, próprias, distintas de qualquer outro tipo de técnica, senão quanto às estratégias de como observar, e que elementos tomar em conta para entender o processo global de recepção. Neste sentido sim, tem uma metodologia que são os "cenários", as "comunidades", etc., que dão uma racionalidade ao estudo e a observação da recepção.

N - A outra questão que eu gostaria de abordar é sobre a produção da América Latina. Quais os principais aportes que a investigação latino-americana tem dado ao conjunto de estudos de recepção?

O - Eu teria dúvidas em afirmar que modelos são totalmente originais na América Latina. Creio que há alguns que são realmente produção latino-americana e outros que são combinações de estudos de outras regiões. Para responder esta pergunta, primeiro tem-se que ter em conta que é muito fácil ver os aportes e avanços das investigações feitas em outros lugares. São mais conhecidas simplesmente porque tem maior divulgação e funcionam de uma forma bem sistemática. Há muita gente trabalhando nos EUA e Inglaterra, continuamente publicando seus avanços e continuamente desenvolvendo o mesmo modelo de investigação.

E tem uma repercussão enorme, porque é lido em todo o mundo. A América Latina pouco chega a este nível de difusão e esta é uma das razões pelas quais não se vê qual é realmente as aportações da América Latina no contexto internacional. Isto não quer dizer que não há. Há contribuições importantes, mas não há um diálogo entre o que se está fazendo na América Latina com o que se está fazendo em outras latitudes, simplesmente por um problema de idiomas e pela dificuldade de difusão e do que se está fazendo aqui. O outro problema é que muitos dos latino-americanos que estão trabalhando em investigação formaram-se fora da América-Latina. Martin Barbero, por exemplo, formou-se na Bélgica, eu nos EUA e na Europa, Garcia Canclini formou-se também na Europa.

É muito difícil dizer até onde a formação é somente latino-americana e até onde foi tomado um pouco de tudo e integrada a partir daqui.

Melhor seria apontar o que foi integrado pela América Latina e a partir daí o que surgiu de novo para a aportação mundial. Eu creio que conseguimos integrar uma investigação crítica sobre os MCM em geral e sobre a recepção. Uma investigação crítica que não é exclusiva da América Latina, mas que aqui foi dado uma ênfase no desentranhamento da proposta ideológica das mensagens, por exemplo, ou das distintas atitudes e necessidades dos receptores frente aos meios. Por razões históricas, culturais e de defesa de nossa identidade tivemos que dar maior peso e maior investimento à investigação crítica que a investigação, por exemplo, para inovações técnicas. Esta é uma

aportação importante, um pensamento crítico sobre os meios de comunicação, que se estende à recepção.

Porém outro lado, eu creio que há contribuições que são originais na América Latina, no que diz respeito à recepção:

Uma é o estudo da telenovela, isto é, o estudo de um produto que é originalmente latino-americano. A telenovela é como o drama da vida, como um catalizador do que sucede na vida cotidiana, algo que originalmente começou a ser escrito na América Latina. Pela importância que tem neste continente e que é muito estudado. Noutros países estudaram outros gêneros, por exemplo, as notícias, as comédias etc. Na América Latina isso não se estudou tanto, mas teve uma contribuição original que foi o estudo das telenovelas, não importando o tipo de metodologia, o estudo foi original.

A outra foi o estudo das mediações. A contribuição de Barbero, no nível teórico, sobre as mediações e como a cultura media a comunicação, creio que é uma aportação ao nível mundial original de um latino-americano, apesar de estudar na Europa e de não ter nascido aqui. No nível metodológico, o modelo das mediações, eu sinto que é uma integração que também constitui uma aportação latino-americana, no sentido que não há investigações que enfoquem exclusivamente as mediações, nem foi operacionalizada em nenhuma metodologia, esta conceituação.

Uma outra contribuição importante da América Latina é a educação para os meios, que se desenvolveu em outros países antes do que na América Latina, mas há uma perspectiva latino-americana de educação para os meios, que dá ênfase na leitura crítica e sobretudo em tomar a leitura dos MCM como elementos de conscientização dos grupos marginalizados da sociedade. A contribuição específica da América Latina é em utilizar este modelo, ou esta idéia geral para a educação para os meios como um elemento de conscientização, de tomada de consciência dos problemas em grupos marginalizados. Na Europa e EUA se trabalha com as crianças que estão na escola ou com grupos de profissionais do ensino que são classe média, mas não com grupos que estão marginalizados. Inclusive o Brasil, em torno da UCBC, que começou com a idéia religiosa das "comunidades de base", e que pouco a pouco foi se transformando até chegar a um programa muito mais político: tratar de comunicar a consciência de classe a partir da assistência dos programas e da análise dos conteúdos radiofônicos e televisivos. Eu creio que esta é uma contribuição muito importante da América Latina, a investigação das necessidades, das aspirações e expectativas que os setores marginalizados da população têm.

No Chile, por exemplo, a investigação das ambições e as visões dos telespectadores, as demandas educativas que formulam os camponeses e as mulheres à TV etc, é uma ênfase muito latino-americana que constitui uma contribuição importante.

N - No contexto que acabas de analisar, poderias localizar teus estudos sobre as Mediações Múltiplas e teus referenciais teóricos?

O - Primeiro vou contextualizar um pouco como nasceu esta proposta de Mediações Múltiplas.

Quando eu fazia meu doutorado, frequentava uma Universidade na qual o modelo importante era o "condutivista", por um lado, e por outro, o modelo de "usos e gratificações". Tinha ainda um grupo que havia criado a série Vila Sésamo. Os criadores desta série eram professores da Faculdade de Ciências da Educação da Universidade de Harvard. Então a visão dominante para entender as influências de um programa de TV na educação era tratar de fazer programação educativa, mas se deixava de lado toda a programação que não é educativa, para estudar os efeitos educativos da programação educativa. E eu vinha com toda a formação latino-americana onde para mim era importante a pesquisa crítica da audiência e não a pesquisa meramente funcional da audiência para os objetivos de uma produção. Então eu me confrontei com uma visão dominante e toda a minha aprendizagem nesta escola foi muito dialética, pois se eles diziam X eu tratava de demonstrar o contrário. E foi por estar "brigando" continuamente que consegui ir perfilando uma forma distinta, em contraposição a deles. E tem sido como uma característica de tudo que tenho feito. Quando eu escrevo, sempre trato de argumentar como se tivera implicitamente um interlocutor/leitor que crê na posição contrária, então eu trato de convencê-lo de minha posição.

É um pouco por isso, pois eu tive que estar argumentando e convencendo aos meus professores, não de que eles pensavam diferente, mas que a maneira que eu pensava era racionalmente coerente, distinta da deles, mas respeitável no sentido de que tinha sua própria força. Isso, por um lado, define muito o modelo que eu concebi. Por outro lado, me parecia que havia que abandonar o modelo tradicional "dos efeitos" (usos e gratificações) e comecei a buscar referentes nos "Estudos Culturais" europeus, sobretudo da Inglaterra. Foi justamente na busca de argumentação contra os produtores da Vila Sésamo, que encontrei esta linha muito rica de estudos e conceituações, cujo principal inspirador foi Raymond Williams, que já morreu, mas que inaugurou o pensamento sobre os MCM a partir da cultura, antes ainda que Martin Barbero.

São estudos muito à inglesa, muito localizado na Inglaterra, mas de qualquer maneira foi um referente muito importante para mim. Há outro autor muito importante na mesma linha de estudos culturais, mas mais "aterrizado" do que R. Williams, o investigador jamaicano Stuart Hall, que vive em Londres e que fundou a Escola de Birmingham (Centro de Estudos Culturais de Birmingham). Ele realmente deu corpo à teorização de R. Williams e todos os teóricos ingleses que tiveram interesse de vincular os MCM com a cultura. Então, os trabalhos da Escola de Birmingham foram para mim os referenciais iniciais de todo o desenvolvimento teórico-conceitual.

O trabalho de Barbero não conhecia até 1976, quando saiu seu livro, que levei para os Estados Unidos antes de escrever a versão final de minha tese. Então eu li e me pareceu que havia muitas coincidências, ainda que ele tomasse a parte mais macro-social e movimentos sociais. Mas sem dúvida, eu já não podia integrar, pois já tinha feito a pesquisa, e o projeto estava pronto desde 1985. Não o levei em conta diretamente para a tese, porque era um pouco tarde, mas a partir daí cada vez mais tenho considerado Barbero

como referente teórico. E o que eu tenho tratado de fazer é "aterrizar" algumas coisas dele e dar-lhes uma operacionalização mais na realidade. Não conhecia o pensamento e os trabalhos de Martín Serrano, até que cheguei aqui na Iberoamericana em 1989 e conheci o primeiro trabalho dele. Paralelamente conheci uma série de autores, alguns americanos e outros europeus, que estavam trabalhando no que se configurou em uma espécie de escola, que se chama Escola dos Estudos Qualitativos da Audiência. Há um artigo muito importante de um autor que chama Jensen, um autor alemão que trabalha na Universidade de Copenhague/Dinamarca - e que é um dos inspiradores desta corrente crítica com metodologia qualitativa para os estudos de audiência. Também conheci um pesquisador da Universidade da Califórnia que chama James Lull, o qual também era quase o único nos EUA que vinha trabalhando com etnografia da recepção. E a partir do conhecimento destes trabalhos li outros autores ingleses, holandeses, a maioria europeus. Há australianos como John Fiske e somente dois autores dos EUA - James Lull e James Carey - que é o outro que está na perspectiva crítica, tratando de revelar a cultura da comunicação, através de estudos de audiência.

E, sem dúvida, os investigadores da Universidade de Londres - o Centro de Estudos Cinematográficos de Londres - que é uma corrente mais metodológica. Este grupo - "Poder Ativo de Audiência" - está tomando como referente teórico um autor que se chama Anthony Giddens, que é o paradigma de sociologia que se chama da reestruturação.

Então, o referente mais amplo é Giddens com sua teoria de Estruturação, que é distinto do Estruturalismo, Marxismo e Funcionalismo. Fundamentalmente diz que o que importa é o processo e como se vai estruturando a prática social. Ele é sociólogo e não trabalhou com os MCM, mas vários dos que estamos neste grupo, ou que nos sentimos parte da Escola dos Estudos Qualitativos da Audiência, estamos tentando vincular os elementos teóricos de Giddens aos Meios de Comunicação. Elementos teóricos como "prática social", "prática de comunicação", "processo de estruturação", "processo de recepção", "processo de apropriação" e o "conceito de agência", que não é um condutor, é uma atividade reflexiva distinta de uma atividade, tipo reação.

No meu trabalho de doutorado trato de relacionar muito preliminarmente o conceito de "agência" para entender a aprendizagem das crianças frente à TV.

E posteriormente, neste estudo que estamos finalizando, tratamos de relacionar mais o conceito de "prática de comunicação", "prática de mediação", "estratégia de recepção", todos estes conceitos tomados do paradigma sociológico de Giddens.

N - Onde localizar os europeus nas linhas de investigação que analisaste? Incluem-se nelas, ou na Europa desenvolvem outro tipo de investigação sobre recepção?

O - Não. Alguns destes autores como Jensen, por exemplo, se localiza no modelo da "sócio-semiótica". Lull está mais na "etnografia da recepção". Stuart Hall estaria, talvez, mais no "consumo cultural".

N - E a Escola de Birmingham?

O - A escola de Birmingham trabalha com vários modelos. Tratam de fazer distintos tipos de análises com o denominador comum dos Estudos Culturais.

A corrente de Estudos Culturais devolve à cultura o papel central na vida cotidiana de todos os indivíduos, diferente do marxismo, que considerava a cultura como um reflexo da vida material. Quer dizer, os Estudos Culturais retomam a cultura como lugar central onde se negocia, se apropria, re-apropria, se rechaça, se resiste, aos significados do intercâmbio social.

N - Em que linhas se localizam os investigadores latino-americanos?

O - Com Consumo Cultural trabalha Garcia Canclini, com Etnografia da Recepção trabalha Jorge Gonzales e o grupo de Colima. Com Usos Sociais trabalha Enrique Sanchez da Universidade de Guadalajara, Barbero e também Jorge Gonzales. Com Mediação, creio que apenas eu. E Sócio-Semiótica trabalha Rosa Estér Juárez do ITESO de Guadalajara e Fuenzalida no Chile. Estes seriam os mais importantes.

N - Gostaria de saber em que projeto estás trabalhando, e se podes adiantar alguns avanços teóricos ou metodológicos?

O - Atualmente estou trabalhando em um projeto que se chama "Práticas de Mediações da Família e da Escola na recepção televisiva das crianças". Este trabalho é uma continuação e ampliação da minha tese de doutorado em vários aspectos: teoricamente, metodologicamente e no nível de alcance do projeto.

Estamos fazendo o trabalho em todas as regiões do México, no norte, na fronteira, em Guadalajara e na Cidade do México. Estamos tratando de ver não só as intervenções, pequenas ações dos pais e professores com respeito ao processo de recepção dos pais e professores com respeito ao processo de recepção televisiva das crianças. Senão, como vão conformando suas estratégias de recepção em casa e na escola.

Queremos com este projeto, acima de tudo, ver onde podemos intervir, onde podemos desenhar alguns elementos de educação para os meios. Para isto temos estes três atores: pais, professores e crianças.

O projeto em si vai concluir com uma série de conhecimentos empíricos de primeira mão de tipo qualitativo e que fazem as crianças com a Tv em outros momentos em suas casas e na escola, que fazem os pais e que fazem os professores.

Tratamos de articular o conceito de "prática de mediação", tudo o que fazem e tudo o que pensam sobre a TV e não só ações isoladas ou espontâneas.

E a partir daí, esperamos "desenhar" já como produto à parte e posterior - algum manual ou guia para pais ou para as escolas sobre como ver TV de maneira diferente e como ensinar as crianças a ver TV de maneiras diferentes.

Creio que teoricamente o avanço do projeto, por um lado e experimentar se é possível combinar metodologia qualitativa com metodologia quantitativa. Ou mais que a metodologia em si, a informação obtida quantitativamente com informações obtidas qualitativamente. Quer dizer entrevistas, observação participante, direta, etc.

E um problema epistemológico muito grande, por isso tratamos de explorar em que medida podemos ter frequência estatísticas, tendências, regularidades que podem generalizar-se, com informações, que são justamente o contrário disto, ou seja, com as informações das entrevistas, da observação das famílias que são únicas, que não se pode generalizar, que não se pode tirar tendências.

Queremos ver de que maneira podemos combinar estas duas coisas. Isto se localiza dentro de uma pretensão, de um objetivo deste grupo internacional de Estudos Qualitativos da Audiência, que justamente trata de explorar a combinação e o uso do conhecimento qualitativo. Então, é um experimento de metodologia. Por outro lado, é um experimento também em termos teóricos, porque tratamos de vincular alguns elementos da Teoria da Estruturação Social de Giddens diretamente aos processos de recepção das audiências.

O que estamos conseguindo é como dar corpo a alguns destes elementos como "estratégias de recepção", "estilo de recepção", que é outro dos conceitos que manejamos, "práticas de recepção", "agência", que mencionei noutro momento e as "práticas de mediação". E pode integrar ao objetivo deste projeto, além da informação empírica sobre o que sucede com as crianças no México, uma teorização de tipo macrossociológica, a um nível de análise, que permita provar se estes conceitos servem para dar conta de uma série de fenômenos e circunstâncias no campo da comunicação. Queremos fazer um pouco de teoria com o resultado desta pesquisa.

N - Diante do estágio atual dos estudos de comunicação, que reflete o que ocorre em todo o campo das Ciências Sociais, ou seja, a debatida crise dos paradigmas, como se colocam os estudos de recepção nesta situação de crise?

O - Por um lado, a ênfase na recepção e nos receptores é vista como uma resposta à ênfase que se fez antes na emissão e nos meios.

Então, justamente pela crise dos paradigmas é que se buscou diferentes fenômenos e diferentes perspectivas para acercar-se, fazer perguntas e obter respostas.

Eu creio que todo este interesse pela recepção e pela audiência é um produto da crise dos paradigmas. Então, por um lado é o produto de toda esta discussão sobre os paradigmas, mas ao mesmo tempo é um produto da confusão que participa algumas posições com respeito à audiência e à recepção, porque se foi a um extremo totalmente oposto. Quando se acreditou que já não importava os MCM, o que importava era a mensagem e que os receptores são livres para interpretá-la como querem, vão ressemantizar o que vêem, se foi ao outro extremo.

Agora, chegamos ao ponto de equilíbrio. A emissão não determina todo o processo, mas tampouco o receptor é totalmente livre para fazer o que quer.

Há um referente importante na emissão. Há aí uma hierarquia de liberdade de interpretação, mas nunca é anárquico esta ação, quer dizer, há limites nas possibilidades de interpretação.

Creio que estamos agora saindo deste extremo, os autores que se foram totalmente para lá, estão regressando um pouco para vincular de maneira

mais integrada o receptor e o emissor como parte de um processo de comunicação.

Eu creio que atualmente no nível internacional há como cinco grandes perspectivas. Isto que falamos até agora são como modelos, mas há cinco grandes perspectivas, com ênfase na Emissão, Recepção, Conteúdo, Processo, e na combinação de distintas coisas, quer dizer, a perspectiva integral.

São perspectivas que estão inspirando distintos modelos de investigação e distintas aproximações do estudo da recepção.

Os estudos de conteúdo cada vez se conectam mais com os estudos de tipo literário, análise de textos, resultando na leitura da TV, diferenças de leitura que fazem diferentes grupos de audiência. Os "usos sociais" se conectam mais com o processo de recepção. O modelo do "consumo" aproxima-se à perspectiva do conteúdo e do processo. Por fim, eu diria que muitos dos estudos que se fazem com a Teoria dos Estudos Culturais tenderiam à perspectiva mais integral, que trata de ver não só o sujeito do processo mas o que está mais além. E certamente o modelo das mediações também está na perspectiva integral, porque trata de ver todo o conteúdo, interações com os meios, processo, resultado, etc.

N - A academia retorna aos estudos de recepção, entretanto, o receptor sempre foi o alvo das pesquisas de mercado, porém com um enfoque primordialmente quantitativo. Como a academia, que dá ênfase aos estudos qualitativos, pode contribuir para mudar a relação entre o receptor e os MCM?

O - Sempre houve uma tensão, um conflito entre o que faz a academia com o que fazem os institutos de pesquisa. Eu creio que se requer uma mútua aprendizagem, pois há um desprezo de ambas as partes. Os acadêmicos desprezam a pesquisa de mercado porque nos parece muito superficiais. Nos parecem que não explicam a situação, que não nos dizem realmente porque acontece o que acontece. E os pesquisadores de mercado nos criticam porque temos pequenos estudos de caso que não se pode generalizar, nem servem para tomar decisões. Eu creio que tem havido muitos estereótipos de ambas as partes e tem havido más pesquisas de mercado e acadêmicas. Geralmente na América latina as pesquisas qualitativas se faziam por que não se conheciam as técnicas estatísticas de pesquisa quantitativa, porque se requer um talento especial, uma formação e um treinamento, e porque se requer dinheiro e equipe.

Então as pessoas se dedicavam a fazer elocubrações e a isso chamavam metodologia qualitativa, e isto é um erro. Isto é simplesmente má pesquisa. Pesquisa qualitativa eu creio que apenas há cinco anos se está fazendo seriamente na América Latina. São estudos de casos, de múltiplos casos, muito rigorosos, com observações, etnografias, usos sociais, etc., onde se define uma estratégia, uma técnica, se vai à realidade, se fala com as pessoas e obtém informações de primeira mão. Há uma série de regras e justificações metodológicas que permite ir avançando na obtenção de informação e isto também requer uma formação especial e às vezes uma formação ainda maior para saber como fazer uma entrevista.

Tem gente que pensa que é o mesmo conversar e fazer uma entrevista. Fazer uma entrevista, aprofundar opiniões, confrontar o entrevistado, detectar as contradições, detectar os eixos que vão unindo o que com o que, as prioridades, os âmbitos de significação que vão surgindo em seu próprio discurso, é muito complicado.

Por isso a partir de qualquer pesquisa acadêmica boa se pode tomar decisões que afetam a maioria, o que acontece é que não há pesquisa qualitativa boa que permita isto. É possível dizer que decisões se podem tomar com pesquisas qualitativas e quantitativas.

Eu creio que a academia, por outro lado desprezou o âmbito profissional em muitos sentidos. Os interesses da academia não tem nada a ver, às vezes, com problemas reais que as pessoas querem solucionar. Por isso cada vez mais se deve dialogar com as pessoas que estão trabalhando com os meios, pois necessitam de pesquisa. Necessitam saber o que acontece com os receptores, como é o processo de recepção, como se dão as mediações.

N - Tu que trabalhas com crianças, como utilizar toda esta metodologia para modificar a relação delas com os MCM?

O - O que acontece é que meu horizonte não são os MCM, mas a escola e a família.

Quero ter elementos para criar manuais para os pais, professores e crianças. Fazer oficinas de recepção, onde as crianças se sensibilizem à respeito do que acontece quando vêem TV, o que acontece com outras pessoas, como podem ver de maneira diferente.

N - Qual tua estratégia para alcançar este objetivo?

O - Deve ser uma estratégia múltipla, igual ao "Modelo Múltiplo". Temos que atacar por diferentes frentes. O mais importante é pela escola porque a família é um mundo muito complicado. Mas na escola há vários níveis: nível do Ministério da Educação, nível dos professores e sala de aula e através de grupos como associações de pais e mestres, etc.

Acredito que a estratégia que eu tenho, é que a múltipla, trata de estar primeiro na escola e através dela chegar à família. Mas antes deve-se iniciar uma campanha de sensibilização, dizendo que têm-se que levar a sério a TV como elemento que está aí, que têm-se que fazer algo à respeito para aproveitá-la melhor, etc. Não só para criticá-la e apagá-la, senão fazer algo para poder interatuar melhor com ela.

Sobretudo, uma campanha de sensibilização tem que publicar livros, com uma linguagem suficientemente simples para que chegue aos destinatários. Tem-se que conseguir patrocinador, uma instituição, por exemplo, porque é através das instituições, que há maior possibilidade de atingir maior repercussão.

Aqui no México há atualmente dois projetos de educação para a recepção que estão sendo implantados por "funcionários educativos", a partir do meu projeto.

Um aluno meu que trabalha em Toluca apresentou uma tese sobre "O papel do professor como mediador" e o diretor de sua escola está interessado em criar um curso sobre recepção, para os professores da escola.

E em Guadalajara a Secretaria da Educação, através de um aluno meu, está fazendo uma pesquisa em todas as escolas do estado para saber o que acontece nas escolas a respeito da TV, como ensinar os professores orientar as crianças para ver TV.

Ou seja, são situações muito concretas, de pessoas que levam a idéia a instituições que podem implantar este tipo de projeto.

N - Queres acrescentar algo ao que foi dito?

O - Creio que o estudo de recepção para alguns é uma coisa de "moda", para mim melhor dizendo é um assunto de "modo", de como acercar-se para entender o processo de comunicação. Agora tratamos de entender este processo não tanto por definições políticas, econômicas nem pelos meios de comunicação, mas pelas definições culturais e históricas dos receptores. E outra forma de entrar à questão para tratar de entender o mesmo: como se produz a comunicação, como se intercambiam significados, como se produzem símbolos, como são apropriados, negociados e rechaçados. Entretanto, é importante dizer que não se trata de desconsiderar outras perspectivas e outros modelos de investigação, senão de ver qual é a especificidade do conhecimento e do entendimento, da compreensão que nos dá fazê-lo através do estudo da recepção. Antes havíamos deixado de lado o estudo da recepção, o receptor estava sempre em função do emissor, e foi tomado simplesmente como consumidor. Então estudávamos suas necessidades, seus gostos, para ver de que maneira seriam oferecidos mercadorias e serviços. Agora se trata de, através dos estudos de recepção, entender a recepção como processo, entender o receptor como sujeito deste processo, entender o meio social deste receptor e ver as possibilidades deste conhecimento para uma democratização do processo comunicativo. Apesar de muitos autores atuais não serem explícitos quanto ao objetivo mais político do que acadêmico, ao tratar de organizar a sociedade civil a partir da recepção e em relação aos MCM, treinando-os como receptores a participar e entender os processos de comunicação, isto é um trabalho fundamentalmente político. Este enfoque ultrapassa o acadêmico e permite ir trabalhando com grupos da sociedade para uma participação mais democrática, mais além dos MCM. Este é o projeto que eu tenho e no qual trato de inscrever meus trabalhos de investigação, não só como algo estritamente acadêmico, o qual vai ser lido por alguns, senão para obter um conhecimento que me permita devolvê-los a eles mesmos, ou seja, à audiência investigada, para que possam dar-se conta de sua própria situação como sujeitos frente à recepção e irem potencializando sua capacidade de intervenção, de transformação e de atuação política. E antes, eu creio que os investigadores críticos tratavam de mudar também os processos de comunicação, fazendo-os melhor, mas suas estratégias eram diferentes, era dizer aos políticos que deveriam criar uma política de comunicação ou criar leis. Ou dizer aos donos dos meios que deveriam fazê-lo melhor, que não deveriam passar tanta pornografia, não deveria passar publicidade de bebidas alcoólicas, etc. E nada foi conseguido. A história nos faz ver que eram posições ingênuas. A posição de trabalhar com a audiência pode ser muito difícil mas não é ingênuo, creio que é justamente aí que está a possibilidade

de modificar os MCM. Não está nem nos donos que controlam os MCM - eles buscam lucro, não vão modificar nada a menos que lhes dê lucro - nem tão pouco nos políticos, que com esta onda neoliberal estão deixando os meios de comunicação abandonados. Temos então que ensinar a audiência a pressionar.

Há casos concretos nos México, como por exemplo, durante as eleições os habitantes de Chihuahua vieram ao Distrito Federal para protestar contra a atuação da TELEVISA que estava informando mal e ocultando coisas que não era de seu interesse que fosse divulgado. Fizeram manifestações em frente à sede da emissora até que os noticiários comesçassem a dar mais informações sobre o que estava realmente passando nesta cidade. Estas são medidas de pressão, isto é o que consegue mudar o cotidiano da audiência.