

Estratégias metodológicas da pesquisa de recepção

Maria Immacolata Vassalo de Lopes
Universidade de São Paulo

RESUMO

A renovação metodológica nas pesquisas de recepção no Brasil tem sido muito lenta e gradual. O presente texto reflete sobre essa situação, realizando um balanço da nossa tradição metodológica de recepção e comparando-a aos mais recentes avanços nas pesquisas qualitativas da audiência na América Latina, Estados Unidos e Europa.

Palavras chave: Teoria da comunicação; metodologia da pesquisa em comunicação; pesquisa de recepção; pesquisa de audiência.

ABSTRACT

The Brazilian methodological renewal in the field of the reception research has been slow and gradual. This paper deals with this situation, evaluating our reception methodological tradition and comparing it to the recent progress of the qualitative audience research in Latin America, United States and Europe.

Key Words: Communication theory; methodology of communication research; reception research; audience research.

RESUMEN

La renovación metodológica en la investigación brasileña de recepción ha sido muy lenta y gradual. El presente artículo reflexiona sobre esa situación, haciendo un balance de nuestra tradición metodológica en los estudios de recepción y comparando a los más recientes avances de la investigación cualitativa de audiencia en América Latina, Estados Unidos y Europa.

Palabras clave: Teoría de la comunicación; metodología de la investigación de la comunicación; investigación de recepción; investigación de audiencia.

REFLEXÕES METODOLÓGICAS SOBRE A PESQUISA DE RECEPÇÃO*

O presente texto tem por objetivo analisar de forma global as principais correntes teórico-metodológicas que vêm marcando recentemente a pesquisa de recepção dos meios de comunicação de massa. Nesse diversificado panorama atual, limito-me a destacar alguns pontos, a meu ver, centrais, para a (re) orientação metodológica das pesquisas de recepção entre nós. Esses pontos são as convergências e diferenças nessas pesquisas no Brasil, na América Latina e nas tendências internacionais, principalmente norte-americanas e européias. Por um lado, a tendência internacional na área parece apontar para a necessidade de um quadro teórico interpretativo mais complexo e crítico, que permita transcender o atual estágio de acúmulo de evidências empíricas sobre as audiências dos meios. Em contraste, na América Latina, os avanços de uma teoria compreensiva da recepção não têm sido suficientemente aplicados em projetos de pesquisa empírica. Ao que tudo indica, este panorama atual remonta a questões básicas envolvidas nas tradições diversas dos paradigmas teórico-metodológicos nas Ciências Sociais e Humanas e que hoje estão sendo recolocadas criticamente nas tentativas de esforços interdisciplinares e de multi-métodos, de um modo especial nas pesquisas de recepção em Comunicação.

1. AS TRADIÇÕES TEÓRICO-METODOLÓGICAS DAS PESQUISAS DE RECEPÇÃO

Percorrendo os quadros de referência da pesquisa cujo interesse é o nexo entre os meios de comunicação e suas audiências, nota-se certo consenso entre autores (Jensen e Rosengren (1990), Ang (1990), Orozco (1992). Belisle et al. (1992) em reconhecer como principais as seguintes correntes: pesquisa dos efeitos; pesquisas dos usos e gratificações; estudos da crítica literária; estudos culturais e estudos de recepção. Estes últimos constituem o quadro mais recente e emergem como ponto de algumas confluências das demais tradições, ao mesmo tempo que com elas mantêm controvérsias e diferenças críticas. Além do mais, essas abordagens diferenciam-se quanto aos pressupostos teóricos, escolhas metodológicas e concepção de recepção e derivam de diferentes campos disciplinares.

1.a. A pesquisa dos efeitos Que fazem os meios aos indivíduos?

Desde a origem, os meios suscitaram grandes esperanças quanto medos desmesurados, o que não surpreende os estudos dos efeitos darem a primeira forma às pesquisas de comunicação: nas décadas de 30 e 40, investiga-se o poder

* Estas reflexões são parte integrante de um trabalho em andamento, cujas fontes são variadas: análises metodológicas de pesquisas acadêmicas de Comunicação no Brasil; docência na área de Metodologia da Pesquisa em Comunicação em cursos de pós-graduação; e textos teóricos e pesquisas internacionais sobre metodologias qualitativas na área de recepção dos meios.

dos anúncios sobre o comportamento de consumo e o poder das campanhas partidárias sobre o comportamento eleitoral.

A audiência é vista como um conjunto de pessoas em contato com uma mensagem, em que o interesse recai sobre os níveis de duração da exposição, probabilidade de percepção, condições de contato, colhidos por instrumentos de medida tomados da psicologia experimental e social. A par dos projetos experimentais, exige-se o controle sobre os instrumentos de medida: enquetes por questionário, observação direta, cadernetas de comportamento auto-administradas ou com registro automático, cuja aplicação varia conforme o interesse seja imprensa, rádio, cartaz, cinema ou televisão.

Alguns fatores qualitativos são por vezes levados em conta por estudos mais refinados sobre a percepção, memorização e impacto das mensagens. Entretanto, mesmo conciliando uma visão qualitativa da recepção com a ação dos meios, os trabalhos sobre a audiência ainda se apóiam sobre a hipótese de um indivíduo concebido como "receptor puro", exposto à irradiação dos meios, de onde a ação deverá ser cada vez mais dominada pelos criadores, programadores e operadores.

A notar que mesmo no interior desta corrente desenvolveram-se numerosas controvérsias sobre o caráter dos efeitos (Lazarsfeld - efeitos mínimos, Klapper - hipótese do reforço etc.).

Atualmente, esta linha de pesquisa revitaliza-se combinando projetos experimentais com versões de modelos teóricos sócio-psicológicos.

1.b. A pesquisa dos usos e gratificações

O que os indivíduos fazem com os meios?

Desde os estudos de Lazarsfeld com o rádio nos anos 40, este enfoque tenta responder quais os benefícios, os usos concretos e gratificações obtidos através da experiência com os meios. Estes estudos já foram mais sociológicos do que são hoje e procuram colocar em evidência os vínculos entre tipos específicos de conteúdo e certos tipos sociais de audiência (ex. mulheres e ficção). Nos anos 60, esses estudos passam a centrar-se nas intenções do usuário (Halloran, Blumler), introduzindo a idéia de uma atividade de escolha e de engajamento do receptor. De um modo geral, esta corrente de pesquisa apóia-se em metodologias descritivas, na organização de materiais em torno da operacionalização de variáveis centrais e na tentativa de correlações explicativas entre os dados.

Atualmente, vem ocorrendo freqüentes confluências desta corrente com a anterior num tipo de pesquisa de "usos e efeitos".

1.c. os estudos de crítica literária

De várias formas, as atuais pesquisas de recepção tiveram influência dos estudos sobre a "estética de recepção" (Iser, Jauss). São estudos de exegese dos textos para entender a experiência cognitiva e estética do leitor.

No seu desenvolvimento atual, a literatura é vista como forma de comunicação dirigida a leitores como indivíduos na esfera do lazer e os

trabalhos empíricos de recepção assentam sobre aspectos micro da integração texto-leitor com o propósito de educação estética dos leitores (estudos sobre o gosto). Mesmo assim, pode-se considerar que o eixo da investigação desta corrente é o que a estrutura dos textos literários pode fazer aos leitores.

1.d Os estudos culturais

Nos anos 70, os estudos realizados no Center for Contemporary Cultural Studies da Universidade de Birmingham (Hoggart, Williams, Hall) não só libertaram a reflexão sobre a recepção dos meios do modelo reducionista dos efeitos, mas analisando a produção e a recepção da mensagem massiva dentro de um quadro semiológico (inspirado no marxismo), acabaram por colocar a recepção como prática complexa de construção social de sentido. A análise identifica três grandes modos de interpretação e decodificação feitas pelos receptores: um modo correspondente ao modo de codificação do emissor, um modo modificador, de significações resgatadas, modo dito negociado e, também, um modo dito de oposição que apela a referências antagônicas para interpretar as mensagens. Desta forma, o conceito gramsciano de hegemonia é usado no modelo de codificação/decodificação (Hall) para examinar os modos concretos pelos quais os significados dos meios podem ser negociados ou até eventualmente subvertidos por audiências específicas.

Pode-se dizer então que o processo de comunicação é concebido como uma articulação de práticas de significação num campo de forças sociais. Porém, essas práticas não são aleatórias, mas enraizadas em um corpo de conhecimentos e nas estruturas de sentido disponíveis numa sociedade determinada ou através de regras do fazer profissional e das especificidades de cada meio de comunicação.

A audiência para os estudos culturais é, portanto, uma estrutura complexa que reúne indivíduos em classe, grupos ou subculturas onde cada formação social tem sua própria identidade e seu próprio código. O código funciona através de versões múltiplas que reenvia às tradições culturais particularmente operantes numa determinada sociedade.

Os estudos culturais permitem então uma problematização mais elaborada da recepção em que as características sócio-culturais dos usuários são integradas na análise não mais de uma difusão, mas de uma circulação de mensagens no seio de uma dinâmica cultural. O pólo da reflexão é progressivamente deslocado dos próprios meios para os grupos sociais que estão integrados em práticas sociais e culturais mais amplas. E, através do trabalho semiológico, desmontando as articulações do texto, os jogos de escritura dos meios, os pesquisadores são levados a tomar em consideração a existência de verdadeiras estratégias na organização de um percurso significativo. A descrição detalhada deste percurso dá à análise de recepção o caráter de uma *etnografia das audiências*.

Pode-se finalmente considerar a abordagem cultural como fornecendo um quadro integrador para as pesquisas sobre recepção, com particular influência na América Latina.

1.e. As pesquisas de recepção

É lugar comum encontrar hoje com autores de posições teóricas diversas que a importância atual das pesquisas de recepção resulta de confluências na evolução da pesquisa de comunicação articulada com importantes mudanças nas Ciências Sociais e nas Humanidades em geral. Com efeito, nesta corrente de pesquisa, os processos colocados em movimento pelos receptores na sua prática com os meios são cada vez mais considerados como processos perceptivos, cognitivos, afetivos, relacionais, com base na intencionalidade, visando produzir significações e sentidos para suas ações.

Ao pretender construir uma *teoria compreensiva* da recepção, esta passa a realizar-se com *pesquisa empírica qualitativa da audiência com análise de conteúdo*, o que permite que se problematize as metodologias envolvidas.

Segundo Jensen (1990:218), o que caracteriza a pesquisa de recepção é, acima de tudo, a insistência em que os estudos incluam uma análise empírica comparativa dos discursos dos meios com os discursos da audiência, da estrutura de conteúdo com a estrutura das respostas da audiência relativas àquele conteúdo. Os resultados desta análise são então interpretados com referência ao sistema sócio-cultural circundante que, novamente, é conceituado como uma configuração histórica de práticas sociais, contextos de uso e comunidade interpretativas.

Dentro deste amplo quadro de referência, as distinções comuns entre métodos quantitativos e qualitativos mais obscurecem do que clarificam as convergências e inter-conexões que ocorrem nas metodologias em uso. Aqui principalmente são combinadas: 1) entrevistas em profundidade e a observação participante; 2) surveys amostrais com questionários e entrevistas estruturadas; 3) projetos experimentais; 4) análise categorial de conteúdo.

Esta perspectiva pretende ser compreensiva no sentido da construção de um "framework" que combine os planos sociológico, sócio-psicológico e psicológico da audiência. Como prática interdisciplinar e estratégia de múltiplos métodos, a pesquisa empírica qualitativa da audiência propõe o seguinte programa de investigação:

1. usar num único projeto de pesquisa mais de uma técnica, combinando, como se viu, surveys e entrevistas em profundidade ou semi-diretivas;
2. realizar pesquisas de caráter longitudinal (o fenômeno em tempos diferentes) e inter-cultural (*comparativa*) através de pesquisa complexos que envolvam tanto o plano individual como o estrutural;
3. elaborar categorias de análise de conteúdo, não apenas em bases semiológica ou literária, mas também em teorias da estrutura social e da subjetividade.

Portanto, o que se propõe como uma teoria compreensiva da pesquisa de audiência compreende no mínimo três componentes:

- 1) uma teoria da estrutura social (em que meios e audiência estão embutidos);
- 2) uma teoria do discurso (que dê conta da natureza das representações feitas pelos meios);

3) uma teoria das disposições sócio-culturais e sócio-psicológicas (com as quais os indivíduos abordam e interagem com o conteúdo dos meios).

2. A MODERNA TRADIÇÃO LATINO-AMERICANA DOS ESTUDOS DE RECEPÇÃO

Os estudos de recepção na América Latina são muito recentes. Sua emergência se dá no início dos anos 80, no bojo de um forte movimento teórico crítico que procurava fazer uma reflexão alternativa sobre a comunicação e a cultura de massas através da perspectiva gramsciana, reflexão alternativa às análises funcionalistas, semióticas e frankfurtianas predominantes até então.

É sobretudo dentro da temática das culturas populares que uma teoria complexa e multifacetada da recepção começou a ser desenvolvida, tendo como eixos básicos de reflexão o deslocamento dos *meios às mediações* (Martin-Barbero) e os processos de *hibridização cultural* (Garcia Canclini).

Em outro texto (Lopes, 1989) tratei de um estudo que realizei sobre as metodologias usadas em pesquisas acadêmicas de Comunicação (1976-1986) que tinha como objeto a questão popular. Nesse estudo, identifiquei o que chamei de *descolamento* entre a teoria da recepção “avançada” que estava então em elaboração e as teorizações “atrasadas” presentes nessas pesquisas. Tais teorizações eram “atrasadas” porque marcadas por um permanente dualismo; ou se privilegiava exclusivamente os modos de reelaboração/resistência/refuncionalização dos conteúdos culturais das classes subalternas ou se tomava esses conteúdos como completamente moldados pela ação ideológica das classes dominantes, via meios de comunicação de massa. Desta forma, o “descolamento teórico” apontado significava que a teoria da recepção não encontrava ressonância na teorização feita nas pesquisas empíricas sobre os públicos.

Dessa defasagem resultava também o uso de metodologias inadequadas, expressas na ausência de combinação de métodos e técnicas diversos, no uso exclusivo de questionários, na operacionalização deficiente de conceitos, no uso dicotômico de instrumentos quantitativos e qualitativos, na falta de rigor nas análises de conteúdo etc. Eram basicamente duas as questões que se interpenetravam nas pesquisas de recepção da época: o tratamento metodológico insuficiente dado a um objeto teórico desatualizado.

Entretanto, na segunda metade dos anos 80, o panorama da pesquisa de recepção na América Latina mudou. Tentarei discutir em seguida algumas tendências convergentes e divergentes.

É um fato hoje a generalizada presença da perspectiva teórica das mediações e das mestiçagens na pesquisa crítica da recepção em toda a América Latina. No Brasil, o que eu havia identificado como teorização desatualizada foi superada em pouco mais de 5 anos. Contudo, o que parece persistir aqui é a inadequação metodológica nas pesquisas empíricas face à construção de uma problemática teórica complexa sobre os processos de recepção. Os planos metodológicos, tanto de observação e de coleta, como de análise dos dados são em geral débeis, acanhados, devido aos problemas já apontados, e que podem ser resumidos na falta de uma estratégia de multi-métodos. Em consequência,

a análise dos dados acaba resultando exterior ao modelo teórico e por vezes até forçada a corresponder a ele.

O que contrasta bastante em relação a esse quadro brasileiro da pesquisa de recepção é a formação em diversos países latino-americanos de equipes de pesquisa trabalhando em projetos integrados e multidisciplinares na área. São os casos dos projetos sobre telenovela na Colômbia (Martin-Barbero, 1987) e no México (González, 1991), o de educação para a recepção ativa no Chile (Fuenzalida, 1987) e o de crianças e televisão no México (Orozco, 1992), entre outros. O traço central e comum a todos esses projetos é uma rigorosa experimentação metodológica, através da qual tenta-se avançar nos procedimentos propriamente técnicos da investigação empírica no sentido de torná-los mais compatíveis com a complexidade da teoria das mediações. Outra característica geral é o *“desenho de globalização” do processo de investigação*, envolvendo a estrutura e dinâmica da produção das mensagens; os usos e apropriações desses textos; e a composição textual. Esta marca vai além da proposta de *“análise qualitativa da audiência + análise de conteúdo”* que caracteriza atualmente a tendência internacional.

Quanto ao Brasil, infelizmente, ainda não se observam experiências similares em projetos de globalização e de equipe nos estudos de recepção.

3. AS TENDÊNCIAS LOCAIS E INTERNACIONAIS

(o local e o transnacional, o micro e o macro e a etnografia crítica na pesquisa de recepção)

Tal como me referi no início deste texto, a atual tendência internacional da pesquisa de recepção parece contrastar com a perspectiva latino-americana pelo seu reverso. Ou seja, se por um lado as diversas tradições teórico-metodológicas estão hoje convergindo para um *“estado dinâmico de coexistência”* (Jensen, 1990) nos estudos de audiência, por um outro, isso não tem levado necessariamente à construção de um quadro teórico interpretativo mais complexo que permita inserir o extraordinário conjunto de evidências empíricas acumuladas num debate politicamente orientado com o objetivo de avaliar e produzir crítica sobre a condição cultural contemporânea.

Nas pesquisas continua a prevalecer o nível descritivo e uma perigosa tendência à indulgência nas pesquisas (fato entre nós, latino-americanos, ainda pouco perceptível). São múltiplas versões do que parece ser um mesmo texto sobre resistência, prazer e estratégias de consumo. Se por um lado, as descrições etnográficas têm sido extremamente competentes em demonstrar que os receptores não são uns *“dopados culturais”*, mas sim pessoas ativas e críticas que extraem sentidos específicos de textos, gêneros e meios, a simples reiteração da comprovação dessa hipótese central pode levar a uma definição restritiva dos estudos de recepção. Nota-se claramente nas pesquisas empíricas o risco de se produzir uma verdade formal e estéril através de constatações tautológicas do tipo: *“as pessoas nas modernas sociedades dominadas pelos meios são complexas e contraditórias, os textos desses meios são complexos e contraditórios e, portanto, as pessoas ao usá-los produzem uma cultura comple-*

xa e contraditória”. Além do mais, corre-se o risco de confundir audiência ativa com audiência poderosa, no sentido de “tomar controle de” em um nível institucional ou estrutural.

Ficando dentro do quadro das tradições teóricas, o que parece não estar sendo suficientemente retido nas pesquisas empíricas qualitativas é a *crítica cultural e política* tal como proposta através do trabalho etnográfico pela corrente dos estudos culturais. A insuficiência da crítica parece derivar da ainda presente hegemonia do paradigma funcionalista nessas pesquisas, pois o que fundamentalmente os estudos culturais propõem é que as práticas de recepção sejam articuladas com as relação de poder. A recepção, portanto, não é um processo redutível ao psicológico e ao cotidiano, mas é profundamente cultural e político. Isto é, os processos de recepção devem ser vistos como parte integrante das práticas culturais que articulam processos tanto subjetivos como objetivos, tanto micros (ambiente imediato controlado pelo sujeito) como macros (estrutura social que escapa a esse controle). A recepção é então um contexto complexo e contraditório, multidimensional em que as pessoas vivem o seu cotidiano. Ao mesmo tempo, ao viverem este cotidiano, as pessoas se inscrevem em relações de poder estruturais e históricas, as quais extrapolam as suas estruturais e históricas, as quais extrapolam as suas práticas. Este deveria ser o conjunto de pressupostos teóricos e informar uma *teoria compreensiva* dos estudos de recepção.

É essa, a nosso ver, a contribuição distintiva da teoria latino-americana das mediações. A produção e reprodução social do sentido envolvida nos processos culturais não é somente uma questão de significação, mas também uma questão de poder. O afastamento dessa proposta para uma tendência romantizada apontada na tendência internacional hoje (Ang, 1990) pode fazer com que esses estudos sejam presos dentro de termos de *defesa liberal da cultura de massas*, tanto quanto a pesquisa dos usos e gratificações serve para a defesa descontextualizada dos meios ao ressaltar como funções destes o propiciamento de audiências ativas. Ao propor trabalhar as complexas relações entre comunicação e cultura num denso contexto social e político local, a teorização latino-americana tem por horizonte a relação de subordinação presente nas culturais populares e subcontinentais em que se articulam relações de resistência e submissão, de oposição e cumplicidade.

Ao se perguntar porque este pressuposto teórico geral não tem sido suficientemente acatado nas pesquisas qualitativas de audiência, um pesquisador europeu ironiza respondendo que talvez no mundo desenvolvido o popular não esteja mais investido por um intenso conflito e seja enfim o lugar de harmoniosas relações...

BIBLIOGRAFIA

ANG, Ien. Culture and communication: toward an ethnographic critique of media consumption in the transnational media system. **European Journal of Communication**. Vol. 5, n. 2-3.

- BELISLE, Claire e tal. Médias: La réception revisitée. **Mediaspouvoirs**, 25, mar, 1992.
- FUENZALIDA, Valerio. La influencia cultural de la televisión. **Dia-logos de la Comunicación**. 17, jun. 1987.
- GARCIA CANCLINI, Nestor. **Culturas Híbridas**. México, Grijalbo, 1990.
- GONZALEZ, Jorge A. La telenovela en familia. **Estudios sobre las Culturas Contemporaneas**. Vol IV, 11, mar. 1991.
- JENSEN, Klaus B. e ROSENGREN, Karl E. Five traditions in search of the audience. **European Journal of Communication** vol. 5, 2-3, jun. 1990.
- LOPES, Maria Immacolata V. O popular nas pesquisas de Comunicação. **INTERCOM Revista Brasileira de Comunicação**. 61, jul/dez 1989.
- LULL, James. La estructuración de las audiencias masivas. **Dia-logos de la Comunicación**. 32, mar 1992.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. La telenovela en Colombia: televisión, melodrama y vida cotidiana. **Dia-logos de la Comunicación**, 17, jun. 1987.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. **De los medios a las mediaciones**. México, Gustavo Gili, 1987.
- OROZCO, Guillermo G. Recepción televisiva. Tres aproximaciones y una razón para su estudio. **Cuadernos de Comunicación y Practicas Sociales**, 2, 1991.
- WOLF, Mauro. Tendencias actuales del estudio de medios. **Comunicación Social 1990/Tendencias**. Informes FUNDESCO, Madrid, 1990.