



Revista
Symposium

ABORDAGEM DO PROCESSO COMUNICACIONAL E O MODELO TEÓRICO- METODOLÓGICO DAS MEDIAÇÕES CULTURAIS *

****Graziela Brito de Almeida**

Resumo: O texto evidencia o processo de comunicação à luz do paradigma das mediações culturais desenvolvido na América Latina.

Palavras-chave: comunicação, mediações culturais, recepção

Abstract: The text shows the communication process in the light of the paradigm of cultural mediations developed in Latin America.

Key words: Communication, Cultural Mediations, Reception.

**Artigo extraído da Dissertação de Mestrado "Trabalhadores do mar de fora: uma análise do processo de recepção, interpretação e utilização das mensagens hegemônicas modernizadoras pelos pescadores do município de São José da Coroa Grande - Pernambuco", defendida pela autora em 1997, junto ao Curso de Mestrado em Administração Rural e Comunicação Rural da Universidade Federal Rural de Pernambuco.*

*** Professora Assistente do Departamento de Educação da Universidade Católica de Pernambuco e Mestre em Comunicação Rural.*

Introdução

Ao longo deste século, inúmeros estudos e debates, abordando as relações existentes entre os meios de comunicação e sua audiência, têm sido realizados, não só pelos acadêmicos da comunicação, mas por pesquisadores de outras áreas das Ciências Humanas, como Sociologia, Antropologia, Psicologia, Linguística e Educação.

Inicialmente, entendia-se que as mensagens veiculadas pelos meios de comunicação pudessem ser elaboradas e transmitidas a uma grande audiência e, conseqüentemente, provocar sobre essa o impacto pré-determinado pelo emissor.

Entretanto, essa concepção, nos dias atuais e nos meios acadêmicos, passou a ser considerada simplista para compreender o complexo processo de comunicação de massa.

O processo de revisão dos modelos teóricos, não somente na área de comunicação mas também em outras áreas afins, tem propiciado o redimensionamento dos estudos e pesquisas em comunicação, especificamente das análises acerca da interação entre recepção e comunicação, enfatizando as negociações entre os receptores e a mensagem recebida.

A comunicação, a partir do modelo teórico-metodológico das mediações desenvolvido na América Latina por pesquisadores como Jesus Martín-Barbero (Colômbia) e Guilherme Orozco (México), não pode ser mais concebida como vertical e unilateral, na qual o emissor manipula um receptor passivo. O processo de comunicação passa a entender o receptor com potencial para reelaborar produtos culturais veiculados pelos meios de comunicação segundo o seu contexto doméstico-produtivo e os seus próprios valores.

O processo de comunicação: a recepção dos meios de comunicação de massa

Até os anos 70, os estudos e pesquisas em comunicação apresentavam temáticas e metodologias envoltas em análises descritivas e essencialmente quantitativas, eliminando a possibilidade de uma visão qualitativa e favorecendo a descentralização dos fenômenos comunicacionais. A abordagem do processo comunicacional, enfatizando o papel do emissor, limitava o receptor à possibilidade de simples reação aos estímulos dados. Esse entendimento, advindo da adoção de um modelo mecânico, ainda permanece, segundo Martín-Barbero, como modelo hegemônico nos estudos de comunicação, apontando o autor a urgência de um novo paradigma que ilumine a busca de respostas para a questão da influência dos meios de comunicação de massa, no contexto de receptores, em especial na complexidade social que sabemos ser a América Latina.

Para Martín-Barbero, segundo o registro de Souza, o princípio que norteia o modelo mecânico não compreende “nem verdadeiros atores, nem verdadeiros intercâmbios. É o modelo em que comunicar é fazer chegar uma informação, um significado já pronto, já construído, de um pólo a outro. Nele, a recepção é um ponto de chegada daquilo que já está concluído”. (SOUZA, 1995:40)

É, portanto, negação à existência de um lugar de partida e produção de sentido no pólo receptor, que é apresentado apenas como um lugar de chegada e de significação transmitida.

Um outro aspecto relevante na concepção mecânica, ressaltado por Barbero, citado por Souza, consiste no entendimento do receptor enquanto vítima, ou seja, “um ser manipulado, condenado ao que se quer fazer com ele”. (SOUZA, 1995:41)

Surge, assim, todo um movimento de proteção ao receptor, na América Latina, um movimento cujo escopo era “corrigir o seu ponto de vista para que ele pudesse, de algum modo, contrabalancear os enganos que o levaram a converter-se em uma vítima”. (SOUZA, 1995:41)

A abordagem emergente no final da década de 70 e, sobretudo, a partir de 1980, evidencia o pólo receptor, na área de comunicação, de forma a romper com os paradigmas dominantes até então, nos estudos da comunicação na América Latina. Isso é fundamental para se compreender o processo e questionamentos que se instauram nos meios acadêmicos, ou seja, a ruptura com modelos que, embora continuem hegemônicos, encontram-se fragilizados porque ainda apresentam a perspectiva de passividade dos receptores e de sua manipulação pelos meios de comunicação de massa.

Esse modelo de comunicação, que enfatiza a passividade do receptor e a sua manipulação pelos meios de comunicação de massa, conforme Barbero, é o primeiro que se “manifesta quando começamos a olhar a recepção não como um objeto, mas como um lugar novo, onde podemos rever e repensar o processo de comunicação em nosso país, em nossas culturas e em nossa sociedade (...), e começarmos a descobrir um mapa noturno (como os que orientam pilotos à noite)”. (SOUZA, 1995:42)

Nesse sentido, as pesquisas de recepção passam a abordar o poder dos meios de comunicação de forma relacional com o exercício do poder existente em outras instituições que atuam competitivamente pela **hegemonia**. Assim, o recorte teórico dos estudos de recepção, atualmente, busca “compreender a inserção das **classes** subalternas no processo hegemônico por intermédio da relação cultura/meios de comunicação de massa”. Fica, desse modo, marcante o des-



locamento do alicerce dos estudos da comunicação para a esfera da cultura. (SANTOS, 1994:118).

Os estudos desenvolvidos pelos intelectuais ingleses do “Center for Contemporary Cultural Studies of Birmingham”, no final da década de 50, serviram, entretanto, como eixo norteador das pesquisas de recepção com o objetivo de focalizar as estruturas sociais e o contexto histórico enquanto elementos essenciais para a compreensão da ação dos meios massivos, bem como o deslocamento do sentido de cultura da sua tradição elitista para as práticas cotidianas. (RONSINI,1993)

Nesse sentido, encontramos, na pesquisa de Veneza, o destaque dado, em especial, ao trabalho de Richard Hoggart, publicado inicialmente em 1957, intitulado “**As Utilizações da Cultura**”, à medida que a obra de Hoggart sublinha a maneira como os “trabalhadores utilizam os jornais, revistas e (...) as influências desses meios nas atividades de lazer, nos valores religiosos e morais, nos costumes, crenças e atitudes” dos trabalhadores, numa perspectiva contextualizada, isto é, “em função de todo um modo de vida que é exterior a eles”. (RONSINI,1993:9)

Uma das constatações feitas pelo autor recai na verificação da existência de mudanças graduais e do solapamento dos valores tradicionais da classe operária, apesar da resistência apresentada aos valores difundidos pelos meios. A outra observação diz respeito ao comportamento de desconfiança, descrença, medo ao compromisso e indiferença ao ter contato com os meios de comunicação.

Esses estudos culturais ofereciam, de certa forma, as primeiras pistas para os pesquisadores começarem a lançar um olhar abrangente para o receptor, considerando o contexto no qual o sujeito se encontra inserido.

Podemos inferir, contudo, que o marco da tradição dos estudos culturais na América Latina pode ser atribuído à disseminação e utilização da construção teórica de Gramsci, na década de 80. Sobre essa questão, Santos assim se expressa: “Basicamente os avanços para o estudo da comunicação que envolve classes subalternas trazidos pelo aporte Gramsciano se baseiam em dois princípios: o de considerar a comunicação como fenômeno indissociado da cultura e o deslocamento do conceito de dominação (...) para o conceito de hegemonia”. (SANTOS, 1994:118).

A comunicação como fenômeno indissociado da cultura

Para uma melhor visão conceitual desse aporte teórico, que tem germinado pesquisas de recepção na América Latina, não podemos deixar de evidenciar a concepção de cultura como a “produção de fenômenos que contribuem, mediante a representação ou reelaboração simbólica das estruturas materiais, para a compreensão, reprodução ou transformação do sistema social, ou seja, a cultura diz respeito a todas as práticas e instituições dedicadas à administração, renovação e reestruturação do sentido”, à medida que esse conceito tanto possibilita traçar alguns nexos explicativos da relação meios de comunicação e cultura das classes subalternas, quanto permite considerar a perspectiva relacional que uma cultura subalterna assume com a cultura hegemônica e outras culturas. (RONSINI,1993:14)

Nesse sentido, a cultura subalterna revela-se a partir de seu caráter heterogêneo, uma vez que, no seu interior, se encontram elementos da classe hegemônica, de práticas culturais elaboradas e reelaboradas ao longo da evolução humana, bem como de características culturais de subalternidade.

A cultura hegemônica, por sua vez, instaura-se no momento em que a classe

hegemônica consegue manter coeso um segmento social de forças heterogêneas, através de sua ação política, ideológica e cultural.

Nesse comprometimento, as classes hegemônicas utilizam vários canais, tais como educação, religião e meios de comunicação, para fazer chegar a sua concepção de mundo até as classes subalternas.

Tal concepção, construída pelas classes hegemônicas, corresponde à sua função histórica e reflete, dessa maneira, a sua necessidade de legitimação. (SANTOS, 1994).

No momento em que as classes subalternas não encontram ressonância nas ações das classes hegemônicas, ou seja, ações que atendam, de fato, aos seus interesses e necessidades, agem e lutam de tal modo que “entram em contradição com a concepção de mundo na qual elas foram educadas”. (SANTOS, 1994:118)

Esse fato explica, conforme pontua Santos em seu trabalho, o que Gramsci confere como sendo a ação fragmentada das classes subalternas.

As classes subalternas, nessa perspectiva, assumem determinados elementos da cultura hegemônica com a finalidade de reelaborá-los, ligá-los de modo diferente, até fazê-los assumir significado diferente ou mesmo oposto, porém mantendo-os, em seu conjunto, no terreno indicado pela cultura hegemônica. Não é produção autônoma, elaboração de novos temas e de novas formas de cultura, mas reelaboração não homogênea, não crítica e não consciente dos temas e dos materiais oferecidos pela classe hegemônica.

Dessa forma, as “culturas subalternas não podem ser entendidas somente por uma série de características genuínas ou por práticas e crenças tradicionais, mas pela posição

que assumem perante o hegemônico”, à medida que o espaço das culturas subalternas é repassado pela cultura hegemônica. O mesmo ocorre com a cultura hegemônica, que se apropria de elementos das culturas subalternas, reordenando-os para alcançar e manter unificados os segmentos sociais subalternos. (RONSINI,1993:12)

Essa interculturalidade se instaura por meio de um processo de apropriação desigual e de uma relação conflitiva dos setores subalternos, que se fundam a partir de uma apropriação desigual dos bens econômicos e culturais e pela produção e transformação em níveis do real e do simbólico das condições do trabalho e da vida.

Assim sendo, as culturas subalternas devem ser tratadas de forma relacional à cultura hegemônica e a outras culturas que a elas se opõem.

A influência dos estudos culturais e a atualização da construção teórica de Gramsci pontuam, assim, a necessidade da comunicação ser entendida como parte constitutiva das dinâmicas culturais. Inclui, nesse sentido, as práticas sociais de comunicação, ou seja, os processos e os setores envolvidos no processo comunicacional.

Os meios de comunicação, por sua vez, ocupam lugar no delineamento da cultura contemporânea, tanto no nível político como no econômico.

Na América Latina, dois pesquisadores - Nestor Cancline e Jesus Martín-Barbero -, partindo do conceito Gramsciano de hegemonia e de uma compreensão mais abrangente de cultura, têm conferido uma forma teórico-metodológica diferenciada às pesquisas em comunicação e, conseqüentemente, vêm rompendo com as tendências totalizadoras, até então adotadas.



Esses dois eixos “recolocam a relação entre cultura e comunicação, rompem com as visões totalizadoras desses campos, redimensionam o papel do receptor como sujeito ativo no processo de recepção, redescobrem a natureza negociada da comunicação e abrem o debate sobre comunicação de massa e identidade cultural”. (JACKS,1995:14)

Jesus Martín-Barbero, ao localizar os problemas de comunicação nos processos socioculturais, evidencia a necessidade de estudar os fenômenos da comunicação através das mediações, isto é, por meio das instituições, organizações e sujeitos, pelas diversas temporalidades sociais e multiplicidade de matrizes culturais.

Configura-se, assim, o salto conceitual qualitativo a que Barbero se refere como “**de los medios e las mediaciones**”. A partir desse momento, não se pode mais delimitar as fronteiras entre o popular, o massivo e o culto, para caracterizar o processo cultural latino-americano e sua identidade cultural.

Barbero nomeou de “**mestiçagem**” este processo de cruzamento, fusão e mescla, o qual não comporta mais o eixo racial, mas “a trama entre modernidade e descontinuidades, de memórias e imaginários que misturam o rural com o urbano, o popular com o massivo. Na mestiçagem interagem as culturas rurais, urbanas, raciais, locais, regionais, nacionais e transnacional”. (ESCOTEGUY, 1995: 15)

O deslocamento conceitual proposto pelo autor possibilita colocar em discussão a progressiva transformação dos valores sociais e desenhar diversos tecidos culturais.

Barbero aborda, nessa discussão, a identidade enquanto processo de construção histórica, ou seja, como um processo mediado pelas diferenças que convivem no mesmo cenário. Reconhe-

ce, portanto, que a constituição da identidade latino-americana resulta do “convívio com a modernidade compulsiva e as tradições que ainda permanecem, sendo mais do que o pouco que sobrou da cultura indígena; que a cultura de massa não é ilegítima; que a transnacionalização do sistema de comunicação deve ser considerado no contato com o código próprio de cada cultura; que as identidades nacionais também solaparam as identidades locais e regionais.” (JACKS,1995:7)

Segundo Barbero, a questão das identidades encontra-se apoiada em um ponto móvel e com uma função complexa que é a de “fazer frente ao mesmo tempo à transnacionalização e à negação que vem do nacional, a partir do popular, que já não se define por sua essência a priori, mas pelas estratégias usadas para construir sua posição, as quais são baseadas em suas matrizes culturais entendidas mais pelo que permanece do que pelo que foi perdido”. (JACKS,1995:7)

Para adentrar de forma a desvelar a complexidade que envolve esse tecido cultural, é fundamental levar em consideração tanto a relevância das culturas regionais e locais, quanto a possibilidade da construção ou reafirmação das identidades ocorrerem também através dos meios de comunicação.

Nestor Canclini procura legitimar o papel cultural dos meios, à medida que os focaliza “em pé de igualdade com as demais manifestações”, como resultado da “internacionalização da economia, transnacionalização da tecnologia, do turismo e das migrações internas e externas”. (JACKS,1995:4)

Canclini, ao analisar inúmeros fenômenos e processos contemporâneos, inferiu que não pode ser identificado, somente, o espaço do culto/erudito, no popular ou no massivo,

mas as culturas contemporâneas podem ser compreendidas a partir do processo de **“hibridização”**. (JACKS,1995:5)

O conceito de hibridez contribui, assim, para entender os fenômenos que não comportam mais os rótulos de culto, popular e massivo, possibilitando englobar praticamente tudo o que se produz, na atualidade, uma vez que o processo de globalização perpassa todos os setores da sociedade contemporânea, encontrando-se presente também nas manifestações culturais, tão susceptíveis à dinâmica social.

O processo de **“hibridização”** aborda o caráter misto, que propicia abraçar, de um modo dinâmico, os diferentes processos nos quais o culto, o popular e o massivo se inter-relacionam, isto é, o tradicional se mescla com o moderno, bem como as diversas culturas de países e regiões diferentes também se encontram em relação. O tradicional e o moderno convivem em um mesmo cenário social.

Nessa perspectiva, Canclini afirma: “os meios de comunicação assumem o contemporâneo papel de criadores, renovadores e/ou consolidadores de identidades culturais, que, no caso da América Latina, onde a identidade é uma questão de sobrevivência cultural, deve ser pensada em termos do que lhe é próprio, sem medo que esta identidade perca a vitalidade e sentido”. (JACKS,1995:5)

É que a identidade das culturas contemporâneas não se restringe apenas ao território, mas à ação sociocomunicacional, articulando o local, o regional, o nacional, o internacional e pós-nacional. Isso não quer dizer que o território perde sua significação, apenas deve ser somado às participações em redes comunicacionais.

Desse modo, a modernidade e a pós-modernidade não aniquilam o tradicional, so-

mente o modificam, e a identidade deve ser concebida em sua historicidade.

Assim sendo, emerge um aporte teórico que confere uma redescoberta de um pólo da comunicação - a recepção - e, ao mesmo tempo, possibilita adentrar e desenvolver o complexo campo da comunicação, tendo em vista os questionamentos e as rupturas com os eixos teóricos hegemônicos, tidos como reducionistas, deterministas e mecânicos, segundo a análise dos teóricos latino-americanos.

As mediações e o processo de recepção

Para se entender o que o receptor faz com as mensagens transmitidas pelos Meios de Comunicação de Massa é necessário, segundo Barbero, compreender a **“lógica dos usos”** enquanto lógica de produção de sentido ancorada, por sua vez, em determinadas práticas sociais.

Conseqüentemente, a comunicação deve ser considerada a partir das mediações, ou seja, segundo a interação entre as diversas entidades que contribuem para a emergência de um variado sistema de trocas e negociações. O deslocamento das pesquisas para as mediações, como afirma Jacks: “Não significa desconsiderar a importância dos meios, mas evidenciar que o que se passa na recepção é algo que diz respeito ao seu modo de vida, cuja lógica deriva de um universo cultural próprio, incrustado de uma memória e em um imaginário que são decorrentes de suas condições concretas de existência”. (RONSINI,1993:8)

A **mediação** instaura-se como o **espaço** de produção e reprodução de significados sociais, que possibilita entender as interações entre a produção e a recepção.

O receptor, nessa perspectiva, passa a ser compreendido como produtor de sentidos com relação às mensagens transmitidas pelo emissor, deixando, assim, de ser um consumidor passivo dos produtos culturais de massa de forma simétrica, à medida que se verifica a produção de diversos sentidos, devido ao caráter heterogêneo das culturas subalternas.

Nesse processo comunicacional é que se verificam as mediações que “s ão compostas por elementos que formam a urdidura onde o tecido cultural se realiza, trama onde a atuação dos produtos massivos deve ser analisada e onde compreender a apropriação cultural realizada pelo receptor”. (JACKS, 1995:8)

A abordagem das mediações encontra lugar privilegiado no **cotidiano**, à medida que permite tanto localizar o receptor com toda sua inteireza quanto compreender as inúmeras condições de recepção a que estão sujeitas.

De forma pragmática, as mediações englobam as instituições, as organizações sociais, os sujeitos, as diversas matrizes culturais, a família, a escola, o gênero, o bairro, a comunidade, o local de trabalho, as festas etc.

Essa dimensão conferida aos estudos de recepção traz à tona a análise das diferenças entre apropriações, leituras, percepção, entendimentos, valorações, produção de sentido etc.

Para um melhor entendimento da questão, recorreremos, aqui, aos estudos desenvolvidos pelo investigador mexicano Guilherme Orozco, tendo em vista delinear, de forma mais sistemática, os pressupostos teórico-metodológicos que envolvem a análise do pólo receptor.

O aporte dos trabalhos empíricos apresentados por Orozco tem subsidiado análises em torno da recepção, destacando-se a análise desenvolvida por Veneza M. Ronsini. Nesse sentido, pontuaremos os aspectos que consideramos relevantes da teorização do mencionado autor.

Para Orozco, a investigação da recepção consiste no “estúdio sistemático de los procesos de percepción, negaciación, apropiación-resistencia y producción comunicativa que realizan distintos segmentos de la audiencia de poner y contraponer referentes y condicionamientos com aquellas proporcionadas por os medios y al estructurar y ser a la vez estructurados por diversas mediaciones”. (OROZCO, 1992: 94)

Dessa maneira, a pesquisa da recepção diferencia-se de outras intenções de pesquisa, uma vez que não se restringe à mera análise de mensagens, concentrando a atenção no “contenido, un texto y sus transformaciones en significación y/o sentido según va transitando por el proceso comunicativo”. (OROZCO, 1992: 94)

Diferencia-se, também, da pesquisa de mercado, cujo objetivo é simplesmente quantificar as demandas do público, suas opiniões, gostos e/ou preferências, sem a preocupação de explicá-las ou entendê-las.

Orozco, ao desenvolver esse estudo de recepção, assinala sete premissas fundamentais que permitem conceber “produtivamente” a recepção e que colaboram no delineamento deste trabalho. São eles: (OROZCO, 1992: 95)

- “el proceso de la recepción es complejo y no se circunscribe al mero momento de interactuar directa y/o físicamente com las mensajes de un medio, sino que trascende esa situación, fusionándose com las prácticas cotidianas de la audiencia;

- la recepción es necesariamente um processo mediado, no solo en su conjunto, sino en cada uno de sus momentos;
- la recepción es interacción en distintas direcciones: com el medio, con el género, con el mensaje, con la cultura, con las instituciones (...) Todo eso que inspira nuestras prioridades de acción y pensamiento;
- del processo de la recepción sostiene que la exposición a las medias no es importante en todo caso sería “la manera de exponerse” a sus mensajes;
- frente a los medios, el sujeito receptor se presenta como sujeto social simplemente, con una historia y un cúmulo de experiencia: con ciertas características y determinantes;
- el receptor se va haciendo de distintas maneras (...) los receptores no son sujetos estáticos, sino que cambiam, crecen, se transforman. Son, sin embargo, capazes de inconsistencias y contradicciones. Pero sobre todo, no están condenados a ser ni receptores de una misma manera toda la vida, ni víctimas de los medios;
- en la recepción y no en la emisión, donde se produce la comunicación”.

Considerando o exposto, entendemos que as mediações não apenas provêm dos meios, dos gêneros e das mensagens, mas de diversas fontes internas e externas, anteriores e posteriores ao processo de recepção, bem como dos próprios sujeitos receptores. Orozco sublinha as mediações que influenciam o processo de recepção dos Meios de Comunicação de Massa, quais sejam: (SILVEIRA E SILVA, 1995: 14)

- mediações **cognoscitivas**, que compreendem o conjunto de idéias, repertórios, es-

quemias e “**guiones mentales**” que influenciam nossos processos de percepção, processamento e apropriação das mensagens propostas através dos meios;

- mediações **institucionais**, relacionadas com as instituições sociais nas quais os receptores são membros, como a família (espacio de afecto y la cercanía); a escola (espacio academico de disciplina); o trabalho (espacio de produccion); a igreja (espacio de modificacion y reflexión). Servem de “cenários” onde ocorrem a recepção e variadas apropriações e re-apropriação das mensagens percebidas;
- mediações **situacionais**, referentes às que atuam no local e momento de assistir à televisão, ouvir um rádio, ler um jornal etc., onde os receptores têm sua primeira recepção e conseqüente apropriação das mensagens dos meios. Leva-se em conta a maneira como o receptor interage com a família, os amigos, os vizinhos, as outras pessoas, no espaço ocupado pelo MCM, para entender possíveis sentidos na recepção;
- mediações **contextuais**, relativas ao lugar de origem e de residência, nível educacional, tipos de trabalho que desenvolvem suas expectativas de mobilidade social, suas próprias percepções acerca dos meios e, em geral, suas concepções e ambições. Agrupam-se, ainda, as formas de passar o tempo livre, hábitos produtivos e alimentares, valores que inspiram os sujeitos receptores etc.
- mediações **estruturais ou de referência**, correspondendo ao grupo ao qual o sujeito receptor pertence, nos âmbitos cultural, sexual, étnico e econômico e no âmbito de sua origem geográfica, considerando que essas características, próprias de cada indivíduo, influenciam na maneira como ne-



gociam a interação com as mensagens transmitidas;

- mediação **vídeo-tecnológica**, que se refere àquela mediação que consegue reelaborar o real vivido ou imaginado pelo receptor, ou seja, naturaliza o significado da realidade à medida que dispõe de eficientes ferramentas (“recursos vídeo tecnológicos”) com vistas “a legitimar seus significados diante do sujeito receptor, tornando-o uma testemunha dos acontecimentos noticiados e, portanto, criando forte veracidade induzida pelo transmissor”.

Orozco, ao considerar a televisão como “instituição mediadora” e um “meio técnico de comunicação”, compreende o papel social desse meio massivo como sendo de produção de significados próprios a partir da reprodução de valores de padrões culturais dominantes.

Ao naturalizar o significado, a televisão produz sua própria representação da realidade, passando a idéia de que o processo de construção do discurso televisivo é simplesmente técnico e afastando, assim, qualquer possibilidade de vinculá-lo a interferências ideológicas.

Para que a naturalização aconteça, a televisão emprega alguns dos mecanismos utilizados pelas outras instituições, além daqueles vinculados à sua condição de meio de comunicação de massa. Orozco pontua os seguintes: (SILVEIRA E SILVA, 1995: 9)

A criação da notícia

A mídia tem a capacidade de criar a notícia, isto é, criar a importância da notícia, ressaltando ou tirando destaque de informações de seu interesse, referentes a fatos que poderiam passar ou não despercebidos pelo in-

divíduo, enquanto receptor das diversas mensagens.

A presença do receptor

Através da transmissão viva e imediata de sons e imagens reais, os “*media*” dão ao receptor a sensação de estar vivenciando os fatos e, realmente, sendo uma testemunha ocular da história, uma vez que pode presenciar acontecimentos enquanto eles ocorrem em terras distantes, aonde o telespectador jamais iria.

Construção da veracidade

Ao ver as imagens juntamente com a descrição do que está ocorrendo, mesmo que essa descrição esteja distorcida, o receptor tem a sensação de que toda a mensagem é a expressão da pura e total verdade. Assim, o emissor, intencionalmente, constrói a veracidade na imagem transmitida.

Aspecto emocional

Ao esclarecer a mensagem a ser transmitida, o emissor faz largo uso do potencial tecnológico da televisão, recorrendo a técnicas, tais como o suspense, a cor, o tom de voz, a música, a violência gráfica etc., na quantidade certa e no momento propício, para apurar fortemente as emoções humanas do receptor, de modo a conseguir marcar convenientemente sua mensagem.

É importante ressaltarmos que, embora os meios de comunicação contem com a progressiva sofisticação tecnológica e a utilização desses mecanismos, o que acontece, efetivamente, no processo de comunicação é a existência de “negociações” ou “mediações” entre receptor e mensagem recebida dos “*media*”.

NOTAS

¹ Termo Gramsciano entendido como a *“Capacidade de unificar através da ideologia e de conservar unido um bloco social que não é homogêneo mas sim marcado por profundas contradições de classe.”* (LOPES, 1990:54)

² Gramsci delinea três grupos sociais no interior do bloco histórico. São eles: a *“classe fundamental, que dirige o sistema hegemônico, os grupos auxiliares que servem de base social para a hegemonia e as classes subalternas excluídas do sistema hegemônico”*. (PORTELLI, 1987: 80)

³ Barbero pontua que, no momento atual, o que temos são *“identidades com temporalidades menos largas mas precárias, dotadas de uma plasticidade que lhes permite amalgamar ingredientes que provierem de mundos culturais bem diversos, ‘Y por lo tanto por dicotinuidades, por no contemporaneidades, en las que conviven gestos atávicos, resíduos modernistas, inovaciones Y rupturas radicales”*. (JACKS, 1995:7)

⁴ Para Canclini, a *“hibridização”* é um processo que se estabelece em *“una trama mayoritariamente urbana, donde se dispone de una oferta simbólica heterogénea, renovada por una constante interacion de o local com redes nacionales y transnacionales de comunicacion”*. (JACKS, 1995:5)

⁵ Para Barbero *“Esos usos solo descubren su sentido referidos al campo de la cultura, a los conflictos que articula, a las mestizajes que la tejem y las anacronias que sostiene. En últimas es por los usos sociales que passa la competencia comunicativa y donde se hace realizable la relacion de los medios con la identidad cultural”*. (RONSINI, 1993:16)

⁶ Mediação pode ser entendida, segundo Jacks, como *“um conjunto de influências que estrutura, organiza e reorganiza a percepção*

da realidade em que está inserido o receptor, tendo poder também para valorizar, implícita ou explicitamente, esta realidade”.(JACKS, 1995:8)

⁷ Segundo Caldeira, cotidiano consiste no *“repetitivo, o que começa, acaba e recomeça da mesma maneira, é o que não tem profundidade, nem passado, nem futuro (...) [A noção de tempo] que prevalece no cotidiano é repetitiva e cíclica”*. (RONSINI, 1993:1)

⁸ *“Guiónes Mentales”*, traduzido pelo próprio autor para a língua inglesa como *“Script”*, que seria *“um conjunto de atitudes ou regras possíveis de serem seguidas, de acordo com os preceitos preconizados por cada uma daquelas instituições”*. (SILVEIRA E SILVA, 1995:7)

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Graziela Brito de. **Trabalhadores do mar de fora: uma análise do processo de recepção, interpretação e utilização das mensagens hegemônicas modernizadoras pelos pescadores do município de São José da Coroa Grande - Pernambuco**. Pernambuco, 1997. Dissertação (Mestrado em Comunicação Rural), Universidade Federal Rural de Pernambuco, 1997. Mimeografado.

ESCOTEGUY, Ana Carolina. Comunicação: uma questão de cultura. In: INTERCOM 95 - Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 18, Aracaju, 1995. **Globalização e regionalização das comunicações**, Aracaju: Universidade Federal de Sergipe, 1995. P.15. Papers

JACKS, Nilda. Audiência nativa: cultura regional em tempos de globalização. In: INTERCON 95 - Congresso Brasileiro



de Ciências da Comunicação, 18, Aracaju, 1995. **Globalização e regionalização das comunicações**, Aracaju: Universidade Federal de Sergipe, 1995. p. 14. Papers.

LOPES, Maria Immacolata V. **Pesquisa em comunicação**: formulação de um modelo metodológico. São Paulo: Loyola, 1990. 148 p.

PORTELLI, Hugues. **Gramsci e o bloco histórico**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987. 142 p.

OROZCO, Guilherme. La investigación de la recepción y la educación para los medios: hacia una articulación pedagógica de las mediaciones en el proceso comunicativo. **Comunicação e política na América Latina**, v. 12, n. 21, p. 91-103, 1992.

RONSINI, Veneza Moyora. **Cotidiano rural e recepção da televisão**: o caso três barras. São Paulo, 1993. Dissertação

(Mestrado em Ciências da Comunicação), Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, 1993. Mimeografado.

SANTOS, Maria Sallet Taulk. **A igreja e o pequeno produtor rural**: a comunicação participativa no programa CEPAC/SERTA. São Paulo, 1994. Tese (Doutorado) - ECA Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, 1994. Mimeografado.

SILVEIRA E SILVA, Regina Coeli. Exame de diferentes contribuições para a teoria da comunicação. In: INTERCOM 95 - CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 18, Aracaju, 1995. **Globalização e regionalização das comunicações**. Aracaju: Universidade Federal de Sergipe, 1995, 14 p. Papers

SOUZA, Mauro Wilton de (org). **Sujeito: o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995. 231 p.