A ETNOGRAFIA CRÍTICA DA RECEPÇÃO: MINIATURISTAS EM CAMPO

Veneza V. Mayora Ronsini
UFSM/RS

Resumo:

Com base na Antropologia Hermenêutica, o texto sintetiza as principais características do método compreensivo aplicado aos estudos qualitativos de audiência, mapeando algumas das contribuições e dos limites da etnografia crítica da recepção dos meios de comunicação de massa. Apresenta o ponto de vista que constrói o objeto comunicacional sob o enfoque da linha de recepção, enfatizando os processos sociais contemporâneos e o papel das classes subalternas. Finalmente, propõe observar a relação dos grupos sociais com os meios massivos de forma a entender a organização espacial e temporal do cotidiano com base nas mediações *cotidianidade familiar, competência cultural e temporalidade social.*

Palavras-chave: etnografia, recepção, cotidiano

Quem construiu a Tebas das sete portas? Nos livros constam os nomes dos reis./Os reis arrastaram os blocos de pedra? E a Babilônia tantas vezes destruída/Quem a ergueu outras tantas? Em que casas da Lima radiante de ouro/Moravam os construtores? Para onde foram os pedreiros/Na noite em que ficou pronta a muralha da China?

(Bertolt Brecht - Poemas)

Introdução:

Escrever a história do consumo midiático pelo exame da vida cotidiana, do bairro, da vizinhança, dos lugares da casa, de práticas sem registro, das "miniaturas" é uma tentativa de observar os agentes sociais como produtores de sentido. Miniaturas não apenas reproduzem macroestruturas, elas têm vida própria apesar dos constrangimentos que as fizeram tão pequenas ou

temporariamente retraídas. Se estamos muito longe de compreendê-las, o lugar mais adequado para começar é estando junto delas.

O objetivo do texto é discutir um modo hermenêutico de operar na pesquisa de recepção dos meios de comunicação de massa, isto é, um modo de reunir evidências empíricas e de interpretá-las com base na observação e descrição etnográficas, de modo a contribuir para uma caracterização mais precisa dessa linha de investigação. Após nove anos de experiência com a etnografia, nas pesquisas de campo e nas disciplinas no mestrado e doutorado, é necessário uma avaliação do percurso e dos resultados obtidos na aventura antropológica, bem como do que se foi buscar em diferentes tradições disciplinares (Ciências Sociais ou Humanidades) ou interdisciplinares (Estudos Culturais) para não perder de vista a dialética entre explicação e compreensão dos fenômenos estudados.

A busca pela construção de teorias e métodos para o exame do que nomeamos vagamente de processos comunicacionais é tão fértil quanto incerta, posto que avançamos com um "mapa noturno"(Martín-Barbero, 1987, p. 229). A metafóra do mapa, para nós, quer dizer, algo mais problemático do que perder os objetos para ganhar os processos, pois seria mais simples mudar o lugar a partir do qual os problemas de pesquisa são formulados se o campo da Comunicação tivesse suas fronteiras definidas, entretanto não há nem mesmo a concordância sobre a necessidade da constituição de um campo específico de investigação, o da Ciência da Comunicação ou se o que nos caracteriza, de fato, é a produção de um saber a partir de disciplinas já constituídas em outros campos do conhecimento. Ainda mais: a)temos objetos de investigação que se estendem da produção ao consumo massivo, embora não tenhamos muita certeza sobre o que incluir no contexto e quais as disciplinas e os métodos necessários; b)defendemos o recorte do objeto para não sermos muito inclusivos, mas criticamos a amplitude para abarcar a complexidade dos processos de comunicação massiva[13].

Em suma, até agora, a pesquisa em Comunicação nos deixa a sensação de praticarmos o comensalismo, relação simbiótica com o que as outras áreas tem a nos oferecer para pensar o objeto comunicacional. Ou seja, nós, comunicólogos, nos apropriamos de conceitos e metódos para produzir

[13] A crítica à amplitude de temas, de objetos ou de métodos tem sido realidade para funcionalistas e críticos da cultura em diferentes épocas e lugares. Walter Benjamin foi reprovado pelos seus colegas da Escola de Frankfurt por saltar da economia à literatura e desta à política, assim como Martín-Barbero com seu modo de unir filosofia, história, semiologia, estudos culturais na análise das relações entre comunicação massiva e culturas subalternas (Rabelo, 1999).

conhecimento: como as epífitas usamos suportes para nos beneficiarmos da luz. Mas também não é raro sermos vistos como parasitas quando, por exemplo, alguns estudiosos nomeiam de etnografia as observações sistemáticas de final de semana.

Motivos para investigar a recepção

Nosso ponto de partida é a explicitação de um modo de ver o mundo contemporâneo que justifica nossa opção em investigar a hegemonia a partir da linha de pesquisa intitulada *recepção*, entendida como a análise integral do consumo, isto é, descrição e interpretação dos processos sociais de apropriação dos produtos simbólicos.

Definimos negativamente esse modo de ver como nem "apocalíptico", nem "integrado", porque: sem ignorar as tragédias humanas de nosso tempo - tecidas como sempre o foram através da história para obtenção de riquezas e poder, mas que hoje se organiza numa concentração extraordinária de todas as espécies de capital, econômico, político, militar, cultural, científico, tecnológico -, vislumbramos atores que se movem na produção de uma arquitetura social diferente, nem sempre de forma institucionalizada, o que nos dificulta a tarefa de percebê-los. Comecemos com uma síntese dos novos tempos (Castells,1999) e com um retrato da situação brasileira (Santos, 2000).

Globalmente, o Estado-nação moderno perde sua soberania, a privatização de empresas/serviços essenciais públicos piora as condições de vida da maioria dos cidadãos, ocorre a degeneração do emprego e da seguridade social, a perda de força dos sindicatos e movimentos trabalhistas como fontes de representação dos tabalhadores, a família patriarcal entra em crise (Castells, 1999, p. 417-418). Poderíamos continuar a lista das catástrofes sociais, as quais têm como resultado o fato de que as instituições e organizações da sociedade civil construídas em torno do Estado democrático e do contrato social entre capital e trabalho transformaram-se em estruturas ineptas a manter o vínculo com as reivindicações e necessidades das populações na maioria dos países avançados e periféricos.

Porém, nesse panorama de um mundo constituído de mercados, de indivíduos hedonistas, de gigantescas corporações promovendo o turismo em massa, do fluxo virtual de informações e símbolos, do movimento migratório de pessoas desprovidas de dinheiro e de dignidade, vislumbramos o surgimento de identidades de resistência que se contrapõem aos atores hegemônicos,

sejam eles os bancos, o FMI, as grandes corporações, os impérios neocoloniais, as elites econômicas ou políticas nacionais. Um exemplo da resistência à privação de direitos econômicos, culturais e/ou políticos dos países do "Terceiro Mundo" são os movimentos contra o capitalismo global que iniciaram seus protestos com milhares de manifestantes às ruas, em 1998, em Genebra, durante o aniversário de criação da Organização Mundial do Comércio. Em 1999, em Colônia, por ocasião do encontro entre a Rússia e os sete países mais ricos do mundo, 5000 pessoas foram pedir o perdão da dívida externa dos países mais pobres. E sucessivamente, as manifestações continuaram em 2000, em Washington, Londres, Bolonha, Praga e, depois, em 2001, em Porto Alegre e Québec. No feriado do Dia do Trabalho, elas prosseguiram em diferentes partes do globo. No Brasil, em São Paulo, convivendo com mega eventos como o organizado pela Força Sindical, distribuindo carros e apartamentos para trabalhadores ansiosos por melhores condições de trabalho. Os discursos políticos foram substituídos pela música. Aí está um exemplo da orientação coletiva para o consumo a dissipar a contradição entre acúmulo de riquezas e empobrecimento real (Wallerstein, 1994, p.48-49).

Castells (1999, p. 426) argumenta que as identidades de resistência poderão circunscrever-se a uma condição defensiva, tornar-se um grupo de interesse na defesa de necessidades imediatas ou resultar em uma identidade de projeto que toma a forma de "movimentos sociais de organização e intervenção descentralizada e integrada em rede" como é o caso dos movimentos ambientalistas, feministas, religiosos fundamentalistas e dos manifestantes contrários à globalização, geralmente reunidos em Organizações Não-Governamentais[14].

Como sinalizadoras da tendência das identidades de resistência tornarem-se um grupo para satisfação de interesses imediatos, as pesquisas sobre consumo cultural em conglomerados metropolitanos que superam os dez milhões de habitantes - México, São Paulo, Santiago do Chile e Buenos Aires - revelam que tanto nas demandas políticas quanto na organização de eventos artísticos ou recreativos, os movimentos de organização popular estão pouco interessados em macroquestões pois sua visão de cidade é a de uma soma de fragmentos (Canclini, 1997, p. 102-105).

É verdade que não temos garantias a respeito dos rumos que essas forças coletivas irão tomar e que nem sempre esses movimentos possuem uma função libertadora, podendo constituirem-se em

[14] Estima-se existir 30 mil ONGs no mundo, tendo surgido nos anos 80 na Europa e Estados Unidos, em protesto contra as usinas nucleares. GRIMBAUM, Ricardo. Para ativistas, Alca é neocolonialismo. *Folha de São Paulo*, A14, 22abr. 2001.

novas formas de opressão mas todos eles têm em comum a defesa de um outro modo de viver que não se insere na razão instrumental do capitalismo excludente: "São nesses recônditos da sociedade, seja em redes eletrônicas alternativas, seja em redes populares de resistência comunitária, que tenho notado a presença dos embriões de uma nova sociedade, germinados nos campos da história pelo poder da identidade" (Castells, 1999, p. 427).

O que eles têm de novo em relação aos movimentos mundiais anti-sistêmicos que começaram a surgir em meados do século XIX, até pelo menos a Segunda Guerra Mundial (Wallerstein,1994, p.65), talvez seja o profundo desencanto com a assimilação e a racionalidade científica como objetivos sociais. Primeiro porque as minorias que eles agregam, defendem ou organizam pretendem incluir-se no ciclo capitalista da produção, consumo e distribuição preservando as singularidades culturais para continuar sendo o que são e não mais como desculpa para o catequismo reformador que os levará a adotar modos ocidentais; segundo, porque o bem-estar físico e emocional prometido pela ciência só existe como projeto ideal, mesmo nos países de capitalismo avançado.

Paralelamente aos aspectos nefastos da globalização (Featherstone, 1994; Ianni,1999; Mattelart, 2000), Santos observa a emergência da nova significação da cultura popular, capacitada a rivalizar com a cultura de massas diante da produção das condições necessárias para o surgimento de um novo período histórico, a que chamamos de período demográfico ou popular (Santos, 2000, p. 143).

Martín-Barbero(1987, p. 259), desde o início dos anos 80, já nos convidava a refletir sobre a importância das manifestações populares, quando sintetiza sua proposta teórica de investigação dos processos de comunicação com a análise do sentido político da morte de Tancredo Neves para as pessoas que, "escandalosamente", rezavam para sua recuperação. Por outro lado, chamava a atenção para a variedade cultural das regiões ou dos países latino-americanos como produtos da desigualdade socioeconômica e da vitalidade cultural. Isto é, a heterogeneidade cultural não pode ser explicada somente pelo argumento de que "quanto menos importantes as barreiras espaciais, tanto maior a sensibilidade do capital às variações do lugar dentro do espaço e tanto maior o incentivo para que os lugares se diferenciem de maneiras atrativas ao capital (Harvey, 1993, p.267).

Circunscrevendo-nos ao exame da contemporaneidade brasileira, pensamos que a "tomada de consciência é possível" (Santos, 2000, p.132-139), tanto para as pobres quanto para as classes

médias. Para os primeiros, porque a pobreza é uma situação de carência, mas também de luta; para os segundos, porque a fase de expansão quantitativa e de ascensão do poder aquisitivo da classe média (em vigor durante o milagre econômico até boa parte da década de 80) cede lugar a uma situação de perda acentuada do seu bem-estar material, na qual o consumidor individualista pode se tornar um consumidor cidadão.

Em suma, pensar a ação dos atores no interior de uma estrutura social que mantém seus aparatos de dominação cada vez mais interligados ao domínio do espírito. E o domínio do espírito se manifesta também na nossa incapacidade para imaginar mudanças: a opressão está na desesperança generalizada que nos paraliza, assim como o excesso de violência e de corrupção política nos telejornais deixou ser denúncia para ser a ideologia que dissemina a idéia de que o mundo é isso ou só pode ser isso.

Neste quadro, qual o papel dos quantitativamente impotentes diante dos qualitativamente dominantes? As perspectivas acerca da cultura popular oscilam entre considerá-la intrinsecamente conservadora, pois reproduz valores e padrões sociais dominantes sob influência dos meios de comunicação de massa ou, ao contrário, em enxergá-la como um símbolo da resistência diante da influência descaracterizadora do capitalismo (Magnani, 1984, p. 27-28). Diríamos que nenhuma cultura é conservadora ou resistente, as culturas estão sendo, pois dependem do contexto onde se organizam. Atitudes como construir casas em mutirões ou reunir-se para dançar música negra norte-americana só podem ser classificadas como soluções "trangressoras" ou "alienadas", se apreendidas como estratégias de sobrevivência material e simbólica em um *continuum* espaço-temporal.

Quanto a interação com os meios de comunicação, as adesões que classes, grupos ou pessoas estabelecem com tal ou qual ideologia tende a funcionar de modo mais oscilante do que o encaixe nas polaridades conservador ou trangressor quando o que está em questão são assuntos heterogêneos tais como: política, religião, família, conflitos étnicos, trabalho, etc. Em um dos estudos pioneiros de recepção, *Nationwide Audience* (1980), revelou-se que a posição social não se relaciona diretamente com as decodificações elaboradas pela audiência pois elas são moldadas pelos discursos e instituições disponíveis para as classes sociais. Assim, as interpretações *opositivas*, *negociadas* ou *dominantes* dos grupos de classe baixa, média e alta variaram muito quando o telejornal transmitido pela BBC

abordava, por exemplo, o tema política partidária, questões étnicas ou violência (Morley, 1980, p. 21-35).

Embasados nos pressupostos dos autores sobre a dinâmica social contemporânea, chegamos na cozinha, na sala de estar ou no quarto, o lugar da tevê no interior das casas onde temos nosso posto de observação: no mundo da vida, onde a globalização está também presente e precisa ser interpretada. É junto dos receptores que pode haver a confrontação entre teorias e fatos, buscando negar nossas hipóteses construídas ao longo do percurso entre o estar lá e o escrever aqui, na Universidade.

A etnografia crítica da recepção

Como resultado da exposição anterior acerca dos movimentos sociais e do suposto papel da cultura das classes subalternas, consideramos que um dos desafios teórico-metodológicos da pesquisa de recepção é investigar o poder ideológico e político dos meios de comunicação de massa em moldar os significados culturais atribuídos ao tempo, ao espaço e ao dinheiro no contexto da experiência social.

Definimos a análise de recepção ou análise qualitativa de audiência como uma linha de investigação dos Estudos Culturais -sejam eles, latino-americanos, europeus, escandinavos ou norte-americanos-, embora não haja um consenso entre os autores sobre como agrupar as correntes que examinam o nexo entre mídia e receptores (Schroder, 1987; O'Connor, 1989,1991; Jensen and Rosengren, 1990; Biltereyst, 1995; McQuail, 1997).

Dentre as correntes - usos e gratificações, efeitos, crítica literária e recepção -entendemos que esta última, surgida no cruzamento entre Ciência Social e Humanidades, é a mais artesanal e a mais ambiciosa porque, tal como a Antropologia em relação às Ciências Sociais (Peirano,1995, p.15-17): testa a adequação de conceitos preestabelecidos por disciplinas já sedimentadas à experiência de contextos diferentes e particulares; contrasta os arcabouços teóricos construídos interdisciplinarmente com a visão de mundo e interpretações dos receptores. Em suma, é um conhecimento que se constrói pela e na pesquisa empírica com a pretensão de ultrapassar o caráter descritivo do funcionalismo. Como consequência positiva, o conjunturalismo da recepção visa uma reflexão teórica; como negativa, frequentemente recai no empirismo.

Daí por que outra tarefa urgente se impõe: a da avaliação das teorias e metodologias da recepção massiva que vem sendo desenvolvidas. Para citar algumas, na Dinarmarca, Klaus Jensen sintetiza a sua proposta no livro *The Social Semiotics of Mass Communication* (1995), na Inglaterra, David Morley e Roger Silverstone propõem o estudo das tecnologias da comunicação e da informação no espaço doméstico como chaves para a compreensão da experiência contemporânea (Morley, 1992; Silverstone, 1994, 1999). Nos dois casos, a recepção abrange o estudo do cotidiano, dos usos e interpretações elaboradas pela audiência, com maior ou menor ênfase em cada uma dessas dimensões da análise. Na América Latina, Martín-Barbero inaugura a linha de investigação que ele nomeia de *Usos Sociais dos Meios de Comunicação de Massa* com a proposta teórica sistematizada em *De los medios a las mediaciones* (1987). O enfoque de Martin-Barbero, embora centrado no contexto da recepção, menciona a importância do estudo do gênero telenovela como fator de mediação.

Quanto aos métodos de estudo, com exceção de Martín-Barbero, os autores explicitam seus métodos de análise como qualitativos, geralmente combinações entre métodos como análise do discurso, observação participante, etnografia. A variedade de métodos é apontada como uma necessidade decorrente da complexidade do objeto de estudo, sendo que enquanto alguns caracterizam a área de pesquisa pela ênfase predominante nas práticas de recepção no ambiente doméstico (como por exemplo o trabalho de Morley[15], *Family Television*, editado pela primeira vez em 1986) outros incluem a análise das formações discursivas, tanto da linguagem do receptor como da linguagem midiática, como crucial (Herlinghaus, 2000; Jensen, 1995).

A fim de elaborar uma primeira aproximação com a chamada *etnografia crítica das audiências (*Moores, 1998, p.4-5) *o*u *etnografia crítica da recepção* a definimos como: o conhecimento construído a partir da descrição do contexto espacial e temporal que determina a apropriação dos meios de comunicação,isto é, a apreensão do sentido possível que os atores sociais dão às práticas sociais e culturais produzidas na relação com os meios de comunicação de massa. Em termos antropológicos, a apreensão do *fato social total* (Mauss), "feito do entrelaçamento de eventos

[15] Em *Nationwide Audience* o autor acentuava a análise textual, em um amplo marco de análise que levava em conta a estruturação das repostas da audiência com base na educação, classe e ideologia, enquanto que em Family *Television* (1991) , buscou compreender o modo de organização das práticas de ver televisão.

e interpretações, coisas e representações, construídos por pessoas (...) que participam de tais fatos, sentem-nos e os pensam" (Zaluar, 1999, p. 254).

A entrada no mundo da vida pela mão da Antropologia Hermenêutica (identificada com a figura de Clifford Geertz) é uma tentativa de explicar e compreender o fenômeno comunicacional através da aproximação entre Sociologia e Antropologia como disciplinas-chave para a tarefa, estando a primeira preocupada com os determinantes macroestruturais dos meios tecnológicos; a segunda, com o sentido da relação entre eles e a audiência.

Uma das ferramentas teóricas do paradigma antropológico interpretativo para a superação do nível descritivo dos estudos de recepção diz respeito a incorporação de conceitos weberianos como o de cultura (teia de significados que o homem mesmo teceu), ação social (comportamento dotado de sentido subjetivo e orientado pela conduta de outro) e relação social (comportamento orientado para um conteúdo de sentido reciprocamente partilhado) uma vez que para explicar o sentido social dos meios de comunicação é preciso relacionar estrutura e ação social.

A sociologia weberiana é uma referência para Geertz pelo fato de, ao estar preocupada com a descrição das formas de comportamento mediadas simbolicamente, a explicação da ação social coincide com a apreensão compreensiva do sentido (Habermas, 1990, p. 178). Se o comportamento só pode ser apreendido adequadamente por referência aos fins e valores pelos quais o agente se orienta, o princípio da interpretação subjetiva dos fatos sociais é que somente o sentido que o sujeito atribui a sua ação nos permite o acesso ao comportamento, isto é, o comportamento tem de ser compreendido (Habermas, 1990, p. 136).

Em outras palavras, o estudo da recepção como o estudo dos modos de apropriação cultural e social dos meios no cotidiano necessita da etnografia como um esforço de compreensão que procede tanto por via metódica como por via não- metódica (pela interpretação do etnógrafo, obtida através do diálogo e do conflito que estabelece com seus interlocutores), de forma a entender como os próprios atores definem suas práticas de comunicação no contexto das estruturas que as organizam (Morley, 1996, p. 264).

O caráter microscópico da Antropologia não representa um limite para a produção teórica, uma vez que a contraposição entre o geral e o local é diferente da distinção entre o abstrato e o concreto (Massey apud Morley, 1996, p. 411). Assim, Geertz ressalta que não há nenhum caminho ao

conhecimento geral "senão através de uma densa espessura de particularidades" (1994, p. 39) ou caracteriza os antropólogos como "os miniaturistas das Ciências Sociais", os que esperam encontrar no pequeno, o que se esquiva no grande e que tropeçam nas verdades gerais enquanto revisam casos especiais (Geertz, 1994, p. 20).

Entretanto, Geertz mesmo admite que para a explicação científica da mudança cultural, os recursos intelectuais da Antropologia são bastante exíguos. As discussões sistemáticas sobre a transformação das sociedades seguem um número de estratégias reduzidas que padecem de um defeito comum: “descrevem os resultados da mudança, não seus mecanismos” (1994, p. 78-80). Um outro limite da compreensão, além do fato das intenções do homem não serem transparentes para si mesmo, é que a contradição, o irracional e o contingente expressos nas obras humanas ou nas suas ações não podem ser apreendidos via acordo intersubjetivo (compreensão). Não é só o que os atores sociais dizem acerca das suas intenções, mas também o que efetivamente possa ter interferido no curso de uma ação e que é desconhecido para esses atores que dela participaram (Apel, 1985, p.115-116).

Ora, se nosso propósito fundamental ao investigar a recepção midiática é indagar sobre a forma como se realizam, se negociam ou se rechaçam as grandes estratégias do poder econômico, político e cultural que perpassam a comunicação massiva, tanto para dar conta do objetivo que nos guia, quanto para superar os limites epistemológicos da Antropologia Hermenêutica, precisamos do suporte teórico da Sociologia, visto que, não há uma teoria "capaz de perceber, ao mesmo tempo, o modo como a variedade das experiências são produtoras de certas representações da sociedade e como o pensamento social e político hegemônico se enraiza no cotidiano"(Montero, 1993, p.123).

Como decorrência: a) estar entre eles é fazer conviver longamente com eles. Ainda assim, a perspectiva sincrônica não é suficiente para interpretar a interpretação da audiência.. Não basta um tempo extenso de convívio, é necessário voltar em diferentes momentos no curso do tempo, de forma inesperada (sem aviso) e desarmada (sem gravador). Além do mais, a permanência junto aos sujeitos de estudo visa substituir uma concepção estreita de etnografia para caracterizá-la como um esforço de compreensão do quadro completo da vida social; b) a proposta metodológica advoga a superação das descrições densas mas sem densidade, minuciosas em detalhes e limitadas na explicação dos mesmos.

Estar entre eles: os sujeitos e os objetos

Quais as pistas para os etnográfos da comunicação, isto é, de que modo observar e o que observar da relação dos grupos sociais denominados genericamente aqui como populares (ou seja, de menor poder aquisitivo, de baixa qualificação ou escolaridade, de menor "capital cultural") com os meios massivos, diante das questões epistemológicas e teórico-metodológicas que a problemática da recepção nos coloca para resolver na pesquisa empírica.

Em primeiro lugar, a ampliação dramática do que incluir como objeto de estudo- pois não se trata mais de meios de comunicação mas de relações que se estabelecem com eles e a partir deles. Transcender a questão dos meios para abarcar as mediações, implica uma indefinição sobre quais objetos estudar: as mediações podem ser intituições (escola, fábrica, empresa, família), lugares públicos (o bairro) ou intermediários entre o privado e o público[16], identidades de gênero, de classe, étnicas, assim como os meios serão textos, gêneros massivos ou simplesmente um meio técnico como o rádio, a televisão,o jornal, etc. A audiência, por sua vez, poderá constituir-se em um grupo, uma classe, indivíduos ou grupos familiares.

Inspirados na história da Antropologia, percebemos que a multiplicidade de objetos de estudo não é necessariamente algo negativo para o delineamento e maturidade de uma linha de pesquisa ou disciplina. A inclusão de novos objetos na Antropologia - das sociedades simples às sociedades complexas - não descaracterizou a disciplina antropológica, confundido-a com outras áreas, pois ela manteve seu foco investigativo como sendo o estudo da alteridade. Parece-nos que a tarefa analítica da recepção é enfocar as relações entre audiência e mídia para indagar o papel dos sujeitos na sociedade capitalista.

Em segundo lugar, com que categorias, poderíamos examinar o nexo entre sujeitos e objetos no espaço doméstico? Uma das saídas possíveis para a agregação da multiplicidade das mediações que constituem a relação entre tecnologias e audiência, seria a ordenação delas em torno das três categorias analíticas sistematizadas por Martín-Barbero(1987, p.233-239): a *competência cultural*, a *temporalidade social* e a *cotidianidade familiar*. Apesar de estarem interrelacionadas, a

[16] A noção antropológica de "pedaço" identifica nas periferias dos grandes centros urbanos como os espaços de sociabilidade vinculados a moradia e a vizinhança. Ver Magnani, J. G. C. , Transformações na cultura urbana das grandes metrópoles. In: MOREIRA, Alberto da Silva. Sociedade Global. Petrópolis: Vozes, 1999, p. 69.

temporalidade social parece ser a menos desenvolvida até agora, uma vez que a competência cultural (termo cunhado por Bourdieu) tem sido estudada sob diferentes aspectos - o da etnia, gênero, classe, identidades regionais, etc - e a cotidianidade familiar, uma das categorias mais enfatizadas nas pesquisas de recepção.

O desenvolvimento das categorias seria tarefa para outros textos, uma vez que seria preciso torná-las mais claras e operacionalizáveis na pesquisa de campo a fim de compreendermos quais as relações entre meios de comunicação de massa e a ordenação simbólica do tempo-espaço das classes populares. Apenas nos limitaremos a demonstrar sucintamente a importância da escritura da história da transformação do espaço-tempo universal e abstrato da modernidade em temporalidades (tempo social) e "espacialidades" (espaço social ou lugar[17]) distintas de acordo com as vivências concretas e específicas (Halbwachs,1990).

A circunscrição da observação dos processos comunicacionais na esfera doméstica é um locus para a captação da experiência dos sujeitos com suas trajetórias familiares e individuais que são, concomitantemente, espaciais, temporais (memória), profissionais, educacionais, culturais. Ademais, embora a família seja considerada instituição privada, não é somente privada, pois um ponto de intersecção de uma gama de práticas médicas, judiciais, educacionais, psiquiátricas e, de nenhum modo se trata de um mundo exterior ao social. Enfim, a esfera doméstica é um espaço constituído historicamente (Donzelot apud Morley, 1996, p.328).

Portanto, a descrição densa da relação social entre o mundo familiar e tecnologias precisa ser complementada com entrevistas em profundidade das trajetórias individuais e coletivas das pessoas para compreendermos os usos do tempo e do espaço, construídos na experiência concreta (as práticas) e abstrata (cultura enquanto um modo de pensar, sentir e valorar as práticas).

Podemos ilustrar a relação entre meios de comunicação, usos do espaço e do tempo domésticos e as categorias propostas por Martin-Barbero, com exemplos empíricos de uma pesquisa anterior (Ronsini, 2000). O modo de disposição dos móveis, objetos e meios de comunicação no quarto de adolescentes nos mostra que o estilo de vida dos ídolos (internacionais, nacionais e regionais), sejam eles cantores(as), artistas de cinema ou de telenovela, competem com a educação formal e familiar para moldar os projetos afetivos ou profissionais e o comportamento desses jovens.

A naturalização do espaço doméstico - o uso de gravuras ou tapetes com imagens de paisagens rurais, animais, flores e a preferência que manifestam por objetos de decoração com essas mesmas representações visuais -, que é observada nas famílias de condição socioeconômica modesta, está conectada com a revalorização da memória e da trajetória espacial delas do campo à cidade. No processo de naturalização, a televisão significa a possibilidade de alargamento dos horizontes, no sentido metafórico e literal, abrandando a sensação de aprisionamento das famílias nos terrenos urbanos da periferia, quando eles comparam o espaço atual com a amplitude espacial e a liberdade correlata que usufruíam no meio rural.

A respeito da temporalidade social, o primeiro impacto que sentimos na pesquisa de campo é o descompasso entre a urgência em finalizar os nossos compromissos acadêmicos e o tempo lento das classes populares, fazendo-nos perceber que toda diferença de classes é uma diferença em torno de valores. Esse impacto nos serve para pensar (como já disse Lévi-Strauss) de que forma uma sociabilidade menos afetada com a racionalidade instrumental típica da modernidade se relaciona com a velocidade do fluxo ininterrupto dos meios. O apelo à emoção e aos sentimentos dos programas informativos ou melodramáticos reforça a pessoalidade da cultura popular e a desvalorização que atribuem ao agendamento dos assuntos privados ou afetivos. A televisão será desligada em função de uma visita inesperada, a menos que a pessoa tenha um grau de intimidade maior com a família em questão. Neste caso, a conversa durante a emissão televisiva das notícias será permitida. Quer dizer, o ajustamento do tempo é flexível de forma a contemplar a presença do outro.

A observação, interpretação e análise do cotidiano, das competências culturais e das temporalidades dos que estão distantes das decisões e dos centros do poder - das miniaturas criativas e ativas nessa lutas tão insignificantes e tão importantes da sobrevivência material e simbólica - poderá nos indicar algumas tendências sobre os mecanismos intrusivos e sutis do poder simbólico dos meios de comunicação, pelo menos para os que acreditam que o lazer das classes populares não é só reprodução da força de trabalho.

Voltando a questão metodológica do começo, quem conhece melhor o rio: o hidrólogo ou o nadador? A resposta depende do que se entende por conhecer e do que se espera realizar (Geertz,

[17] O conceito de lugar desenvolvido por Marc Augé tem três características: identitário, relacional e histórico. Ver: Não lugares. Campinas: Papirus, 1994, p.52.

2001, p. 130). Por hora, o etnógrafo da recepção se contenta com as qualidades e os limites do nadador, mas a ambição do hidrólogo está no horizonte de suas expectativas e dos seus dilemas.

Referências Bibliográficas:

APEL, Karl-Otto. *La transformación de la Filosofia.* tomo II, Madrid: Taurus, 1985.

AUGÉ, Marc. *Não-Lugares*. Campinas:Papirus, 1994.

BILTEREYST, Daniel. Qualitative audience research and transnational effects. A new paradigm? *European Journal of Communication*, v.10, n. 2, p. 245-265, june 1995.

CANCLINI, Néstor G. *Consumidores e cidadãos*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

CASTELLS, Manuel. *O poder da identidade*.. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999.

GEERTZ, Clifford. *Observando el Islam. El desarrollo religioso en Marruecos e Indonesia* Barcelona: Paidós, 1994.

GEERTZ, Clifford. *Nova luz sobre a Antropologia.* Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

GRIMBAUM, Ricardo. Para ativistas, Alca é neocolonialismo. *Folha de São Paulo*, São Paulo, p. A14, 22 abr. 2001.

HALBWACHS, Maurice. *A memória coletiva.* São Paulo: Vértice/Ed. Revista dos Tribunais, 1990.

HARVEY, David. *Condição Pós-Moderna*. São Paulo: Loyola, 1993.

HERLINGHAUS, Hermann. Hacia una hermenéutica de la comunicacion. *Diálogos de la Comunicación*, n.59-60, p. 281-291, octobre 2000.

JENSEN, Klaus B., ROSENGREN, Karl Erik. Five traditions in search of the audience. *European Journal of Communication*, v. 5, n. 2-3, p. 207-238, june 1990.

JENSEN, Klaus B. *The Social Semiotics of Mass Communication.* London: Sage, 1995.

McQUAIL, Denis. *Audience analysis.* Thousand Oaks(CA): Sage, 1997.

MAGNANI, José G. C. *Festa no pedaço. Cultura Popular e lazer na cidade*. Brasiliense: São Paulo, 1984.

MAGNANI, José G. C. Transformações na cultura urbana das grandes metrópoles.In: MOREIRA, Alberto da Silva. *Sociedade Global.* Petrópolis: Vozes, 1999. p. 56-78

MARTÍN-BARBERO, J. *De los medios a las mediaciones.* Barcelona: Gustavo Gili, 1987.

MONTERO, Paula. Questões para a etnografia numa sociedade mundial. *Novos Estudos CEBRAP*, n. 36, p. 161-177, junho 1993.

MOORES, Shaun. *Interpreting audiences. The ethnography of media consumption*. New York: Sage, 1998.

MORLEY, David. *Nationwide Audience*: *structure and decoding.* London: British Film Institute, 1980.

MORLEY, David. *Family television. Cultural Power and Domestic Leisure.* London: Routledge, 1991.

MORLEY, David. *Televisión, audiencias y estudios culturales.* Buenos Aires: Amorrortu, 1992.

O`CONNOR, Alan. The problem of american Cultural Studies. *Critical studies in mass communication*, v.6, n. 4, p. 405-461, december 1989.

O`CONNOR, Alan. The emergence of Cultural Studies in Latin America. *Critical studies in mass communication*, v. 8, n. 4, p. 60-73, december 1991.

PEIRANO, Marisa. *Uma Antropologia no plural.*Brasília: UNB, 1992.

PEIRANO, Marisa. *A favor da etnografia.* Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1995.

RABELO, Desirée C. Da linguagem às mediações.In: MARQUES de MELO, José e DIAS, Paulo da Rocha. *Comunicação, Cultura e mediações: o percurso intelectual de Jesús-Martín Barbero.*São Bernardo do Campo: Umesp, 1999. p. 75-97

RONSINI, Veneza M. *Entre a capela e a caixa de abelhas (identidade cultural de gringos e gaúchos)*. 2000. Tese - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo.

SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização*. Rio de Janeiro: Record, 2000.

SCHRØDER, Kim C. Convergence of antagonist traditions? The case of audience research. *European Journal of Communication*, v. 2, n. 1, p.7-31, march 1987.

SILVERSTONE, Roger. *Why study the media?* London: Sage, 1999.

SILVERSTONE, Roger. *Television and everyday life.* London: Routledge, 1994.

ZALUAR, Alba. Para não dizer que não falei de samba: os enigmas da violência noBrasil. In: SCHWARCZ, Lilia Moritz (org.) *História da Vida Privada no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998, v.4. p.245-318

WALLERSTEIN, Immanuel. A cultura como campo de batalha ideológico no sistema mundial moderno. In: FEATHERSTONE, Mike. Cultura global. Petrópolis, 1994. p.41-67