



REVISITANDO O MODELO DAS MÚLTIPLAS MEDIAÇÕES

Luciana Bochi Dorneles

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Introdução

Autor de dezenas de livros e artigos, Guillermo Orozco Gómez¹ tem focado seus estudos na relação televisão - audiência- educação, contribuindo de forma significativa para os estudos da recepção. Seu modelo, que começou a ser concebido no final da década de 80², desde a sua primeira publicação, tem sofrido algumas alterações as quais veremos no decorrer dessa reconstituição, que se focará em obras do autor publicadas em 1991, 1996 e 2001, e que contemplam os três principais momentos por que passou o modelo. Este estudo tem como objetivo apontar as mudanças sofridas pelo modelo, sem ter a pretensão, entretanto, de levantar críticas ou falhas que possam existir no mesmo, o que mereceria um estudo mais extenso e profundo acerca do seu trabalho. Antes de iniciarmos a análise, é importante fazermos algumas considerações sobre os estudos da recepção e a obra de Martin-Barbero que tiveram uma grande influência no modelo proposto por Orozco

Dos Meios às Mediações³

Os estudos de comunicação, que durante muito tempo voltaram-se para o poder da mensagem e depois para os seus efeitos, passaram a mudar de foco a partir da década de 80, no bojo de um forte movimento teórico-crítico que procurava fazer uma reflexão alternativa, como explica Maria Immacolata Lopes (2000: 123), às análises funcionalistas, semióticas e frankfurtianas predominantes até então. Na América Latina, as audiências passaram a ganhar

¹ Orozco é formado em comunicação pelo ITESO, em Guadalajara, especialista em Pedagogia da Comunicação pela Universidade de Colonia, na Alemanha, mestre e doutor em Educação pela Universidade de Harvard, EUA.

² Segundo Orozco, seu trabalho situa-se no paradigma crítico da investigação, que recorre a correntes teóricas como a dos Estudos Culturais e a da Análises de textos.

1 Trabalho apresentado no Núcleo de **Teorias da Comunicação**, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.

atenção entre o princípio e os meados dos anos 80, quando Nestor Garcia Canclini, Jesus Martín-Barbero e Jorge González, entre outros, começaram a redirecionar a questão da hegemonia cultural para uma posição que possibilitava compreender a audiência e a sua independência de uma forma mais dinâmica, e explorar os meios dominantes como uma fonte, apesar de ambígua, de mensagens culturais para ela (Mc.Anany e La Pastina: 1994, 01). A partir daí, várias correntes, todas focadas nesse novo olhar, foram surgindo. Entre elas, Nilda Jacks (1996, 176) destaca o "Consumo Cultural", desenvolvido por Néstor García Canclini; as "Frentes Culturais", coordenada por Jorge González; a "Recepção Ativa", sugerida por Fuenzalida e Hermosilla; o "Uso Social dos Meios", identificada com os trabalhos de Martín-Barbero; e o "Enfoque Integral da Audiência", proposta por Guillermo Orozco⁴.

O uso social dos meios foi uma das linhas que mais influenciou o modelo das Múltiplas Mediações proposto por Orozco e parte do estudo das articulações que se dão entre as práticas de comunicação e os movimentos sociais, considerando as diferentes temporalidades e as pluralidades das matrizes culturais. Segundo Martín-Barbero, os usos são inseparáveis da situação sócio-cultural dos receptores, os quais reelaboram, resignificam e resemantizam os conteúdos massivos conforme a sua experiência cultural. Considerando a cultura como a maior mediação de todos os processos sociais, o autor aponta a existência de três mediações que são especialmente relevantes para entender a comunicação e a cultura: a **sociabilidade**, que tem a ver com as práticas cotidianas de todos os sujeitos sociais para negociar o poder de qualquer autoridade, bem como a negociação do espaço de uns com os outros (Orozco, 1996, p.115); a **ritualidade**, que está relacionada às rotinas, à repetição de certas práticas e refere-se à forma que adquire a sociedade para garantir a recepção e a operacionalidade, sem que seja um mero movimento que não gera sentido, e a **tecnicidade**, que é um "organizador perceptivo" que articula as inovações da discursividade nas práticas sociais, cuja dinâmica tem materialidade histórica, ou seja, representa a técnica e a dimensão constitutiva de comunicação, a qual transforma as práticas sociais originando novas formas de socialização (JACKS:1999, 181).

³ O conceito de mediações foi inicialmente proposto pelo investigador madrileno Manuel Martín Serrano, sendo descrito por Orozco como uma teorização "nacionalista e sistêmica" (Orozco: 1996 A, 113).. Depois, Martín-Barbero aplicou parte da conceitualização de Serrano a sua visão da mediação em seu clássico "Dos meios às mediações" e em outras publicações.

⁴ Além dessas correntes adotadas nos estudos latino-americanos, no mundo inteiro, outras foram desenvolvidas e muitas delas, de alguma forma, influenciaram os estudos realizados no nosso continente. Entre elas, podemos destacar a perspectiva

Embora o trabalho de Martín-Barbero tenha sido considerado um dos mais importantes já publicados para os estudos latino-americanos da comunicação, muitos pesquisadores têm apontado a dificuldade do uso das mediações propostas pelo autor em pesquisas empíricas, pois, como destaca Orozco, Martín-Barbero não elaborou um conceito de mediação em termos mais concretos. Signates (1998, 37) complementa as considerações de Orozco, lembrando também que mesmo em sua obra principal, *De los Medios a las Mediaciones*, apesar de utilizar o conceito no título, Martín-Barbero não o define claramente nem o conceitua. A obra de Martín-Barbero teve uma grande influência na criação do Modelo das Múltiplas Mediações, que buscou, acima de tudo, uma forma de transpor a teoria das mediações para os estudos da recepção, tentando explorar a ritualidade, a tecnicidade e a sociabilidade propostas por Martín-Barbero no universo empírico.

O Modelo das Múltiplas Mediações

Primeiro momento

No bojo de uma reversão do foco das pesquisas em comunicação, que buscavam descobrir como se realiza a interação entre TV e audiência, Orozco realizou um estudo descrevendo um terreno de múltiplas mediações particulares. No artigo "La Audiencia frente a la Pantalla - Una exploracion del proceso de recepcion televisiva", publicado em 1991, o autor destacava que assumir a audiência como sujeito, e não apenas como objeto frente à TV, supõe entendê-la como um ente em situação e, por isso, condicionada individual e coletivamente, que vai constituindo-se como tal de muitas maneiras e diferenciando-se como resultado de sua particular interação com a TV e, sobretudo, com as diferentes mediações que entram em jogo em seu processo de recepção. Ou seja, "a audiência de TV não nasce, ela se faz" (1991B, 55).

No mesmo ano, em seu livro "Recepcion Televisiva, tres aproximaciones y una razón para su estudio", Orozco (1991 A: 9) reafirma a importância de se reconhecer que a "recepção televisiva é um 'processo mediado' que antecede e prossegue ao mero momento de estar

da Análises da Recepção, proposta pelo dinamarquês Klaus Jensen e as obras de David Morley (1986), James Lull (1980) e Janice Radway (1984)) que colaboraram para inaugurar uma nova fase nos estudos da comunicação.

1 Trabalho apresentado no Núcleo de **Teorias da Comunicação**, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.

frente à televisão (...) Um processo que se mescla com a vida cotidiana e no qual intervêm distintos agentes e instituições sociais.”

O autor (Orozco:1991 A, 53) propõe nesta obra uma estratégia metodológica⁵ desenhada para investigar as mediações⁶, partindo das seguintes premissas: 1) a relação receptores e TV é necessariamente mediatizada; 2) o significado televisivo é "negociado" pelos receptores; 3) a televisão, enquanto instituição social, não é a única que significa a realidade; 4) a especificidade da televisão como meio influi na apropriação de seus significados pelos receptores e 5) a interação TV – receptores não é individual, sim coletiva.

Orozco (1991A, 30) aponta a existência de seis mediações, que, como ele explica, são essenciais para compreender a recepção: a videotecnológica, a cognoscitiva, a situacional⁷, a cultural, a de referência e a institucional⁸. As **mediações cognoscitivas** são, para o autor, aquelas que incidem no processo do conhecimento. Este processo inclui tanto o processamento lógico da informação, como a geração de crenças e a sua valorização afetiva por parte do sujeito. Orozco (1991 A, 30) explica que a quantidade e qualidade de informação, os conhecimentos e os valores que um sujeito receptor trazer à tela do televisor irão mediar sua recepção da mensagem. Ao explicar a **mediação cultural**, Orozco (1991 A, 31) defende que a cultura a que pertence o sujeito condiciona, em grande medida, as perguntas que guiam a curiosidade cognoscitiva do indivíduo enquanto televidente, da mesma forma como também influenciam nas suas respostas. As diversas "identidades" do sujeito receptor: cultural, sexual, étnica, socioeconômica e até sua procedência geográfica constituem o que Orozco (1991 A, 32) nomeia de **mediações de referência**. Ser homem ou mulher, para o autor, tem implicações específicas no processo da percepção em geral e, em particular, no da recepção televisiva. Ao explicar as **mediações institucionais**, Orozco (1991 A, 35) explica que a influência das instituições sociais constitui uma mediação no processo da recepção televisiva, da mesma forma que a televisão media a interação do televidente em outras instituições e momentos. Quanto às **mediações videotecnológicas**, Orozco (1991 A, 36)

⁵ Segundo Orozco, esta metodologia se origina na corrente da investigação das audiências, dentro do paradigma crítico da comunicação (Critical Audience Research).

⁶ O autor explica que ao contrário de outras metodologias que buscam responder às clássicas perguntas: "que faz a TV aos jovens e às crianças" ou "que fazem as crianças e os jovens com a TV?", se inspira na pergunta metodológica: "que fazem as instituições à interação da criança e do jovem com a programação televisiva? "

⁷ Durante a especificação das mediações, Orozco não explica a mediação situacional. É difícil julgar se a exclusão foi proposital ou acidental.

ressalta que a televisão, além de ser uma instituição, é também um meio técnico de comunicação, contando com uma série de recursos videotecnológicos efetivos, os quais possibilitam à televisão mediar a apresentação da realidade ao sujeito receptor. A **mediação situacional** (Orozco, 1991 B, 58) refere-se a situação em que a interação TV-audiência acontece. Cada cenário abarca possibilidades e limitações para o processo de recepção televisiva, tanto em nível espacial como em nível da interação possível da audiência. O autor ressalta que a mediação situacional tem origem também nos cenários específicos nos quais os membros da audiência interagem, como a escola, a rua, reuniões, lugar de trabalho, entre outros.

Outro ponto essencial destacado por Orozco (1991 A, 58), neste estudo, são as **categorias analíticas**, que têm o comum denominador de serem comparativas, obedecendo, assim, a um duplo propósito: ir construindo a teoria, mais que provando hipóteses, e ir fundamentando as explicações em conhecimento comparativo e não em frequências estatísticas. Estas categorias dirigem-se à análise dos diferentes elementos do processo de comunicação (emissor, mensagem e receptores) e a interação entre todos os elementos na apropriação da mensagem pelos receptores. Os **roteiros mentais** (guiones mentales), o **âmbito de significação dos roteiros mentais**, as **ferramentas institucionais de significação** e as **comunidades de significação** são as categorias apontadas pelo autor neste primeiro momento.

Segundo Orozco (1991 A, 46), um **roteiro mental** se centra na atuação do sujeito. Eles são aprendidos através da interação social, e sua aquisição começa com o processo que tem início no nascimento e continua com a interação com outras pessoas. Enquanto instrumentos analíticos, os roteiros mentais são usados, em particular, para analisar comparativamente o resultado das intervenções de algumas instituições na interação dos receptores com a televisão. Orozco (1991 A, 59) explica que as diferentes instituições sancionam e propõem roteiros mentais, ou seja, formas adequadas de interação social, aos sujeitos⁹. Segundo o autor, nesta metodologia, as **ferramentas de significação** são as diversas formas e métodos que cada instituição social tem ao alcance e usa tanto para significar seus roteiros mentais

⁸ Embora Orozco não cite a mediação institucional ao referir-se a elas, ele a explica durante o texto no qual o autor especifica cada uma das mediações.

⁹ Ao falar sobre a audiência infantil, explica que o sentido que as crianças dão a aprendizagem obtida pela TV é resultado de uma negociação contínua das valorações dominantes propostas pelas instituições socializadoras.



como para buscar que esta significação prevaleça sobre outras.

Orozco explica as **comunidades de significação** e seu uso, enquanto metodologia, dividindo-as em três tipos: **a imediata**, constituída por aqueles com os quais o sujeito geralmente vê a TV; **a de referência**, delimitada por fatores como a idade, sexo, etnia, classe, entre outros; e **as diversas comunidades de apropriação**, nas quais se negocia a mensagem televisiva para sua aceitação total ou parcial ou para a sua rejeição. O autor explica que as diferentes comunidades permitem comparar as influências e os mecanismos de significação que vão conformando o longo processo da recepção. Orozco (1991 A, 49) ressalta também a importância das comunidades interpretativas, que assumem um papel fundamental nestes estudos. São nelas que se originam as diferentes comunidades de apropriação, que tratam de captar as etapas através das quais passam os indivíduos em seu processo de recepção televisiva¹⁰.

Orozco (1991 A, 63) conclui seu texto explicando que esta metodologia é uma estratégia múltipla de recolocação e organização da informação sobre as mediações institucionais na recepção televisiva.

Segundo momento

Depois da publicação de seu primeiro artigo sobre o tema, Orozco seguiu desenvolvendo o modelo a partir de novas pesquisas empíricas. Em 1996, o autor publicou o livro “Televisión y Audiencias”, resgatando seu trabalho sobre os processos de ver televisão e sobre a análise da recepção televisiva, apresentando um modelo mais acabado e sistêmico “para dar conta desse complexo processo que é a recepção”.

As mudanças no modelo não são significativas, mas mostram a evolução sofrida por ele e a preocupação com que o modelo realmente dê conta de entender o processo televisivo. Uma das principais mudanças que se percebe nessa obra em relação às estudadas

¹⁰ A comunidade na qual as crianças, no caso de seu estudo, usualmente vêem TV é a primeira comunidade de apropriação e na maioria dos casos está constituída pela família. Nesta teorização, explica o autor, as comunidades de apropriação são todas nas quais os sujeitos produzem significações. Segundo Orozco (1991 A, 52), o grande desafio metodológico é transitar destas comunidades de referência à comunidade interpretativa final, que é usada para referir-se ao resultado combinado das outras comunidades e é sempre uma questão empírica.

anteriormente se dá nas mediações. Nela, Orozco aponta como mediações a individual¹¹ (que uniu a cognoscitiva e de referência), a situacional, a institucional e a videotecnológica. A mediação cultural não foi mais usada pelo autor com esta denominação, já em trabalhos publicados no mesmo ano de 1991, mas está presente nas demais mediações. Orozco(1996 A, 85) explica:

“Para integrar a mediação múltipla que conforma a interação da audiência, sugiro quatro grupos de mediações, entendendo, primeiro, que a cultura impregna todas elas e, segundo, que esta agrupação não é nem exaustiva nem excludente, mas basicamente analítica, a qual permitirá agrupações sucessivas distintas”.

As premissas apontadas por Orozco também foram alteradas, embora mantenham o mesmo sentido, e são: 1) a televidência é um processo necessariamente mediado; 2) a televidência é interação; 3) a exposição à TV é condição necessária, mas não suficiente; 4) os membros das audiências são múltiplos agentes sociais; 5) a comunicação se produz fundamentalmente na televidência e 6) o televidente vai constituindo-se de distintas maneiras.

Neste trabalho, e que já pode ser notado em outros textos anteriores e fica ainda mais claro nas premissas acima, é uma atenção maior à audiência e à conceitualização de televidência, termo utilizado pelo autor já na primeira obra sobre o tema, mas pouco explorado, sendo usado, essencialmente, como sinônimo para as expressões "recepção televisiva" e "processo de ver televisão". Orozco (1996B, 27) define a televidência como um processo complexo que abrange múltiplas interações da audiência com a TV, a distintos níveis, reforçando o que já vinha defendendo em suas obras anteriores. O autor explica que este processo é objeto de múltiplas mediações e não está circunscrito ao momento preciso de contato direto entre TV e audiência. Ou seja, é um processo que se estende, mesclando-se com a vida cotidiana, no qual intervêm múltiplos condicionamentos situacionais, culturais, estruturais, racionais e emotivos (Orozco: 1996B, 71).

Orozco (1996B, 27) destaca que uma das características mais distintivas da televidência é a sua múltipla dimensão, uma vez que abarca um intercâmbio simbólico, um intercâmbio

¹¹ O autor optou por unir as mediações cognoscitiva e de referência em uma só, que passou a chamar-se mediação individual. Essa união foi feita após receber algumas críticas de pesquisadores que alegaram que a mediação de referência determina a cognoscitiva, portanto, ambas são indissociáveis. Nilda Jacks (1993, 2001), em sua tese de doutorado, defendeu que essas mediações na prática apresentam impossibilidades de serem dissociadas, isto porque entende-se que os elementos que definem a mediação estrutural são os que vão construindo a mediação cognoscitiva, isto é, as estruturas mentais e emocionais que processam o conhecimento e a produção de sentido.

perceptivo, um intercâmbio afetivo e um intercâmbio agenciativo, que abrangem as atividades ou agências da audiência. Segundo Orozco, é importante considerar o que Martín-Barbero (1989) chama das "lógicas de produção" e as "lógicas de consumo" televisivo que, na percepção de Orozco (1996B, 147), apontam para uma terceira lógica: a lógica do intercâmbio televisivo. O autor complementa: “Esta lógica permite considerar aspectos como a negociação de significados, as apropriações e as reapropriações das mensagens por parte da audiência e o uso ou os usos diferenciados do apropriado”.

Orozco (1996B, 68) reforça também a importância do uso das categorias analíticas, explicando que a múltipla identidade da audiência somente pode ser captada fazendo uso de **categorias analíticas** que permitam explorar tanto as identidades de origem como a maneira que elas "medeiam" os processos particulares de apropriação e de uso das mensagens. Neste texto, Orozco aprofunda a discussão sobre elas, apontando novas categorias e tornando sua aplicabilidade mais visível ao propor alguns critérios gerais e comunicacionais que permitem explorar a televidência.

Como **critérios gerais**, o autor propõe a diferenciação da audiência enquanto conjunto de sujeitos históricos e contextualizados sócio-economicamente de maneira particular; quanto aos **critérios comunicacionais**, Orozco aponta: 1) **o jogo das mediações ou a maneira em que as distintas mediações configuram particulares televidências**: as mediações permitem conhecer as influências particulares que intervêm nos processos de televidência e a maneira em que se estruturam as apropriações; 2) **a construção de estratégias de recepção por parte dos membros da audiência**: as estratégias permitem observar a maneira como os membros da audiência enfrentam aos meios e mensagens, suas rotinas audiovisuais e sua vinculação com o tempo livre e com a agenda cotidiana; 3) **os supertemas¹² que inquietam a audiência e filtram o que lhe parece mais importante entre o que é transmitido na tela**: O autor define os supertemas “como aqueles universos temáticos que são cotidianamente importantes para a audiência”. Como membros de uma audiência, cada um dos sujeitos tem alguns temas como prioritários. Eles possibilitam aproximar-se de tudo que preocupa e interessa aos membros da audiência e que influenciam em seus modos específicos de apropriarem-se das mensagens. Na obra estudada anteriormente, Orozco referia-se aos roteiros mentais, não

1 Trabalho apresentado no Núcleo de **Teorias da Comunicação**, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.



abordando os supertemas; 4) **as comunidades de apropriação as quais pertence e pelas quais transcorre sua produção comunicativa**: a exploração das comunidades possibilita acessar aos sentidos socioculturais que estão em jogo na produção comunicativa. Na televidência, explica Orozco, pode manifestar-se a influência de diferentes tipos de comunidades, como a televidente, as de apropriação e as de reapropriação. O que todas possuem em comum, de acordo com o autor, é a função de dar significação à interação TV-audiência¹³. Esta categoria também tem sido trabalhada desde suas primeiras reflexões sobre o tema.

De acordo com Orozco (1996B, 77), a ênfase que se dará em estudos específicos delimitará a priorização que se faz com respeito aos aspectos que serão considerados relevantes e a análise de uma determinada categoria. Não é necessário esgotar em cada estudo as quatro categorias propostas.

Terceiro momento

Em seu mais recente livro "Televisión, Audiencias e Educação" (2001), Orozco faz um estudo que, embora não se proponha a analisar a recepção, mas sim a televisão e a educação, aprofunda suas reflexões sobre a audiência de uma forma crítica. Comparando os três momentos, percebemos claramente a mudança sofrida pelo conceito de audiência, que ganhou um papel diferenciado ao longo de seus textos. No primeiro livro estudado (1991 A), Orozco não faz uma reflexão sobre o conceito de audiência, usando o termo como sinônimo para as palavras receptor, sujeito e televidente. No segundo momento, em que o autor propõe-se a estruturar melhor o seu modelo, Orozco (1996 A, 32) explica o conceito e faz uma ampla reflexão ao seu respeito, mas reforçando o que já vinha dizendo em suas obras anteriores. Já no terceiro momento percebe-se que o autor assume uma postura mais crítica quanto à audiência e apesar de defini-la com o mesmo conceito que vem adotando ao longo de seu

¹² A noção de supertemas foi proposta por Jensen (1995: 114) e retoma também o conceito de repertórios, proposto pelos Estudos Culturais. Orozco (1996 A, 75) explica que o principal “contraste” existente entre os conceitos de repertório e supertema é que o último enfatiza mais o tema e menos o “texto” e suas características semânticas.

¹³ Orozco (1996B, 91) explica que "se para a maioria das audiências a família é a comunidade televidente mais freqüente, esta não é necessariamente também sua comunidade interpretativa. Talvez outra comunidade seja mais relevante que o grupo com o qual cada um dos seus membros vê a TV".

trabalho acerca do modelo das múltiplas mediações¹⁴, o autor propõe uma discussão centrada na transformação que a audiência vem sofrendo nos últimos anos, relativizando o seu poder e incorporando o poder da televisão. Segundo o autor, a audiência tem perdido sua polissemia, tornando-se, para a televisão, sinônimo somente de um público, de um conglomerado de espectadores estáticos ou passivos, cuja voz não é esperada e tampouco escutada, ressaltando-se apenas sua ação de receber o que lhes oferece e transmite a tela (Orozco: 2001, 22). Diante disso, Orozco propõe o reencontro da audiência, ressaltando que ser audiência, hoje, significa para os sujeitos pelo menos três mudanças significativas: transformação substancial de sua estruturação, modificação do vínculo fundamental entre os sujeitos sociais com seu meio e com os acontecimentos e fontes tradicionais de informação e alteração dos limites espaço-temporal¹⁵.

Para entender melhor a televidência, Orozco propõe o estudo de micro e de macromediações. O autor classifica as mediações já propostas por ele em seus trabalhos anteriores nessas categorias e amplia a discussão em torno delas.

Micromediações

Segundo Orozco (2001: 40), um primeiro conjunto de mediações provém do âmbito **individual** dos sujeitos-audiência enquanto indivíduos particulares, com características próprias, algumas inclusive únicas e irrepetíveis, produtos de sua herança genética, de seu desenvolvimento e trajetória pessoal, de sua aprendizagem anterior e das peculiares apropriações de suas experiências, assim como de suas visões e ambições frente e mais além da televisão. Orozco (2001, 40) enfatiza que os sujeitos individuais, enquanto membros de uma audiência, concretizam "estratégias televisivas" inspirados, em primeiro lugar, no que é característico como indivíduos, para logo concretizar também "contratos de vidência" (leitura ou escuta) a partir dos quais se conectam com os outros, conformando "comunidades de

¹⁴ Orozco (2001, 23) conceitua a audiência como "um conjunto segmentado a partir de suas interações mediáticas de sujeitos sociais, ativos e interativos, que não deixam de ser o que são enquanto travam alguma relação sempre situada com o referente mediático, seja esta direta, indireta ou diferida".

¹⁵ Para Orozco (2001, 27), essa mudança acontece, principalmente, devido a três motivos: - mais do que interagir, a audiência reage à oferta programática das diferentes televisões vigentes; - as capacidades de televidência encontram-se somente parcialmente desenvolvidas; - a criatividade e a criticidade, em todas as culturas, têm estilos arraigados, preferências dominantes, historicidades particulares e, além disso, estão salpicadas de cumplicidades (Orozco:2001, 27).

apropriação e interpretação" dos referentes televisivos.

As "vidências" contratuais, complementa Orozco, não se dão em um vazio sócio-cultural. Elas estão mediadas por diversas negociações, pela capacidade de resposta e pela racionalização ou resolução de conflitos realizados pelos sujeitos, que, por sua vez, refletem a existência de padrões, estilos e ênfases que ultrapassam o estritamente individual e que não são naturais, mas aprendidos, ainda que sempre manifestos individualmente.

Segundo Orozco (2001, 42), a televisão põe em cena muitos roteiros mentais, transformando os existentes, fazendo caducar alguns enquanto revitaliza outros e introduz novos. É neste sentido que pode exercer uma mediação nas atividades e gestos das audiências, criando estereótipos ou privilegiando modelos que são predominantes em outros contextos, lugares e culturas ou, simplesmente, promovendo a importância de alguns padrões e a exclusão de outros, legitimando-os e naturalizando-os. Estas micromediações propostas pelo autor englobam a mediação individual e também as categorias analíticas fundamentais para os estudos da recepção: os roteiros mentais, as comunidades de apropriação, os jogos de mediações, as estratégias televisivas e os supertemas. Nela, Orozco deixa claro o poder da televisão, apontando o meio também como influenciador da mediação individual.

Ao aprofundar sua reflexão sobre as micromediações, Orozco propõe a existência de duas instâncias: a **televidência de primeira ordem** e a **televidência de segunda ordem**. Segundo o autor, a de primeira ordem se dá frente ao televisor e é um processo inicial e distintivo, especialmente suscetível a mediações situacionais, também resultante de decisões ou instituições prévias, de estratégias e ritualidades televisivas construídas e de várias outras mediações anteriores ao momento de estar frente ao televisor. A classe, a etnia, a localização geográfica, a escolaridade, o gênero, seus imaginários concomitantes e demais critérios de segmentação configuram contextos e diferenciam segmentos de "entrada" das audiências, ainda que esta diferenciação no mediático quase nunca seja final ou definitiva, já que os particulares jogos de mediação desembocam em segmentações que as atravessam transclassista, transgenérica, transgeográfica e transeticamente (Orozco, 1996). A televidência de primeira ordem engloba a mediação situacional e também o que Orozco chama de "jogo das mediações", ressaltando que as mediações interagem umas com as outras e precisam ser entendidas e estudadas de uma forma conjunta, embora, em determinados estudos, uma seja mais importante que as outras. Os cenários também ocupam um papel central para a

compreensão da televidência de primeira ordem.

Quanto à **televidência de segunda ordem**, Orozco (2001, 44) explica que se a televidência primária tem lugar frente ao televisor e se dá enquanto estamos em contato direto com o referente televisivo, mais além do televisor, se realizam as televidências secundárias e terciárias, que não são menos importantes. A televidência de segunda ordem nos remete diretamente às comunidades de apropriação e também às mediações institucional e individual, uma vez que as outras instituições, assim como a essência de cada indivíduo, são essenciais para a apropriação ou rejeição de uma mensagem televisiva.

Macromediações

Para Orozco, a televidência, como processo, transcorre sempre de maneira multimediada. Não há televidências puras. Além das mediações individuais, situacionais e contextuais que a conformam, há outras muitas, que precisamente se manifestam em seus cenários diretos. Entre elas, Orozco destaca como mediações: identidade e identidades, percepções e instituições.

1) Para o autor, as **identidades** constituem uma das mediações com maiúscula dos processos de televidência. As **identidades precárias** (também chamadas de momentâneas ou da moda) são propiciadas pelos meios, onde adquirem seus sentidos, uma vez que permitem apreciar algumas convulsões das audiências (Orozco: 2001, 47). As **identidades profundas** das audiências estão presentes de alguma maneira nas televidências, reafirmando-se ou reconvertendo-se a partir delas e reconfigurando-as, aflorando de maneiras diversas e inesperadas nas inter-relações e apropriações dos referentes televisivos, mediando e processando os possíveis usos que as audiências fazem da televisão. As identidades remetem ao conceito de mediação individual, entretanto, neste livro, Orozco as divide em identidades precárias e profundas, um conceito novo e que resgata o poder da televisão enquanto formadora de identidades momentâneas, reafirmando que a televisão, de alguma forma, influencia na identidade dos sujeitos. Antes, quando abordava a mediação individual, Orozco ressaltava apenas o poder da identidade na recepção televisiva e na leitura da sua programação, agora, ele resalta também o papel da televisão enquanto formadora de identidades momentâneas.

2) Outra mediação maior, para Orozco, é a que se realiza via a **percepção**, enquanto atividade e processo múltiplo frente aos referentes televisivos. Os sujeitos-audiência vão definindo a seu modo os sentidos de diversos programas televisivos, ainda que contrariando os sentidos outorgados pelos produtores e emissores¹⁶. A mediação perceptiva tem uma relação direta, assim como a individual, com os roteiros mentais e as comunidades de apropriação, que são apontadas por Orozco, ao longo do desenvolvimento de seu modelo, como categorias analíticas essenciais para o uso que os receptores fazem das mensagens e dos programas televisivos.

3) Segundo Orozco (2001, 51), a **mediação institucional televisiva** constitui um conjunto crescente, ainda que variável, de mediações. O estabelecimento das agendas de discussão das sociedades e países é uma das suas mais claras manifestações. O autor complementa, explicando que a institucional televisiva, que cada vez mais se enfoca no espetáculo como proposta de consumo¹⁷.

Para Orozco, nos inícios do século XXI, a mediação institucional da televisão está experimentando uma revolução sem precedentes, abandonando velhas ataduras políticas e enfocando-se no mercado-técnico quase como único critério de transformação. Hoje, o principal critério para definir sua programação é o rentável¹⁸. Orozco propõe algumas instituições mediadoras, lembrando que o importante em cada mediação é calibrar sua incidência, sua relevância e transcendência para as televidências concretas. Entre elas, o autor destaca: 1) **Política e políticas**: a especularização mediática do político é fonte de notícias cotidianas e segue exercendo uma mediação vasta nos sujeitos-audiência, reorientando seus *status* de cidadãos a de consumidores, oferecendo escândalos e divertimento para gratificar suas vigílias cotidianas e ganhar sua aprovação e votos (2001, 56); 2) **Família e familiaridades**: a entrada da mulher no mercado de trabalho e a popularização dos direitos humanos entre os cidadãos são exemplos de mediações importantes. Moralista ou sensata, fragmentada ou sistêmica, informada ou reacionária, a mediação familiar se manifesta de

¹⁶ Um âmbito no qual se manifesta muito claramente esta mediação perceptiva é o da informação. Os programas noticiosos cada vez mais são percebidos como de entretenimento.

¹⁷ Orozco (2001, 54) explica que a transformação paulatina dos parâmetros do que é relevante saber, do que se assume como divertido, perigoso, sedutor, importante ou banal, do que constitui notícia ou do que é educativo, substanciam esta mediação.

¹⁸ Entretanto, alerta o autor, é fundamental lembrar que a televisão não é a única instituição frente a qual interagem as audiências. Estas se encontram sempre inseridas em diferentes instituições e institucionalidades, desde as quais também são mediadas. Ou seja, a mediação institucional televisiva não se manifesta no vazio institucional, assim como outras instituições não estão sempre ou premeditadamente mediando sua mediação (Orozco: 2001, 54).

maneira efervescente na televidência das audiências (2001, 57); 3) **Outras fontes de mediação**¹⁹: a igreja, os movimentos ecologistas, feministas e de minorias, o movimento pelos direitos humanos, entre outros, todos constituem fontes de mediações, de acordo com os segmentos da audiência de que se trate. Ser jovem, pertencer a um território e viver em uma cidade também são importantes mediações (2001, 59).

A mediação institucional televisiva compreende a mediação videotecnológica, entretanto, nela, Orozco propõe uma discussão mais crítica quanto à face institucional da televisão, acentuando o seu poder enquanto uma instituição que engloba várias outras, na qual a política acontece, a família ganha uma nova amplitude e na qual várias fontes de mediação ganham mais espaço. O papel de outras instituições também é contemplado nesta categoria, embora o autor ressalte que a sua influência dependa de fatores que podem acentuar sua relevância ou inibi-la. A produção de sentido que realiza a audiência depende, então, da particular combinação de mediações em seu processo de recepção; combinação que, por sua vez, depende dos componentes e recursos de legitimação através dos quais se realiza cada uma das mediações (Orozco: 1996B, 43).

Considerações finais

Embora algumas mudanças possam ser percebidas no modelo proposto por Orozco se compararmos as duas primeiras obras citadas neste estudo, percebe-se que as mesmas não foram significativas e deram-se no sentido de torna-lo mais apropriado para o uso em pesquisas empíricas. A principal delas pode ser percebida quando o autor propõe como categorias analíticas os supertemas, os jogos de mediações, as estratégias televisivas e as comunidades de apropriação; ou seja, categorias “mais concretas” que facilitam a sua aplicabilidade.

No último momento apontado neste estudo, embora o autor tenha proposto algumas reorganizações no seu modelo, o que fica mais evidente é a sua preocupação em problematizar algumas questões essenciais para a sociedade neste novo século, que não estavam presentes de uma forma tão enfática nas obras anteriores. Orozco reagrupa as

¹⁹ Orozco define as fontes de mediações como o lugar em que se originam os processos estruturantes ou a soma dos componentes que formam as mediações. A cultura, a política, a economia, a classe social, o gênero, a idade, as instituições,



mediações, mantendo a essência do seu modelo, mas traz uma discussão mais crítica quanto à necessidade de se levar em conta o papel institucional da televisão que, de uma certa forma, compromete a suposta “liberdade” das audiências. O que fica bastante claro na comparação desses três momentos é que após ter “esgotado” as alterações que ele poderia realizar no modelo enquanto ferramenta analítica, o autor passou a preocupar-se com questões “sócio-políticas” que embora estivessem presentes nas suas obras anteriores não eram o foco central dos seus trabalhos.

os movimentos sociais, cada uma destas instâncias é fonte de mediações e podem mediar outras fontes.

1 Trabalho apresentado no Núcleo de **Teorias da Comunicação**, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.



Bibliografia

- JACKS, Nilda - *Tendências latino-americanas nos estudos da recepção* -Revista FAMECOS, Porto Alegre, n5, dezembro 96.
- JACKS, Nilda - *Querência - cultura Regional como Mediação Simbólica - um estudo de recepção*. Porto Alegre: Editora da UFRGS - 1999.
- JENSEN, K. *The Semiotic of Mass Communication*. London: Sage Publications, 1995.
- LOPES, Maria Immacolatta – "*Recepción de medios, clases, poder y estructura*" - Comunicación y Sociedad, n 24, maio-agosto, 1995.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús - *De los medios a las mediaciones - Comunicación, cultura y hegemonia* - Barcelona. Editora Gustavo Gili, S.A, 1987.
- MC. ANANY, Emile G. e LA PASTINA, Antonio – *Pesquisa sobre audiência de telenovelas na América Latina: Revisão teórica e metodológica* – INTERCOM – Revista Brasileira de Comunicação, SP, vol. XVII, nº 2, pg. 17-37, jul/ dez, 1994.
- OROZCO, Guillermo e CREEL, Mercedes Charles – *Educación para la recepción*- Trillas – México, 1990.
- OROZCO, Guillermo. - *Recepcion Televisiva: tres aproximaciones e una razón para su estudio*. Cuadernos de Comunicación y practicas sociales nº2.México: Universidad Iberoamericana, 1991 A.
- OROZCO, Guillermo. - *La audiencia frente a la pantalla: una exploración del proceso de redepción televisiva*. Dia-logos nº30.. Lima, 1991 B.
- OROZCO, Guillermo. - *Hacia una Dialectica de la Recepción Televisiva: La estructuración de Estrategias por los Televidentes*- Texto - 1996 A.
- OROZCO, Guillermo. *La Investigacion en comunicacion desde la perspectiva cualitativa* – Buenos Aires : Ediciones de Periodismo y Comunicación, 1996 B.
- OROZCO, Guillermo. *Televisión y Audiencias – Un enfoque cualitativo* – UIA – Buenos Aires, 1996B.
- OROZCO, Guillermo. *Televisión, audiencias y educacion*– Grupo Editorial Norma – Buenos Aires, 2001.
- SIGNATE, Luiz – "*Estudo sobre o conceito de mediação*" – Novos Olhares – ano1, nº 2 - 1998