

A televisão por assinatura e os estudos brasileiros de recepção na década de 90¹

Nilda Jacks, Emily Canto Nunes, Felipe Schroeder Franke

PPGCOM/UFRGS²

Resumo

O objetivo deste relato é apresentar o “estado da arte” das pesquisas de recepção de TV a cabo realizadas no Brasil, na década de 1990, em Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Através da categorização das pesquisas que abordam o tema e da formação de uma base de dados, identificamos, entre outros aspectos, as principais referências teóricas e metodológicas, as filiações epistemológicas, os procedimentos, as técnicas, as premissas, as hipóteses, e apontamos os avanços, a fim de que apareçam as lacunas existentes no campo.

Palavras-chave

TV a cabo; recepção; pesquisa.

1 Introdução

Este relato faz parte da pesquisa “O campo da recepção e a produção brasileira na década de 1990”³, que tem por objetivo identificar o “estado da arte” da pesquisa de recepção no Brasil com a intenção de apresentar o *status* do conhecimento sobre o tema e de construir uma agenda para os pesquisadores.

Aqui trataremos de quatro dissertações⁴ que analisam a recepção da televisão por assinatura, a saber: “*O novo telespectador*” de Graciela Inês Presas Areu (ECA, 1993); “*Recepção e TV a cabo: a mediação da identidade cultural pelotense*” de Valério Cruz Brittos (PUCRS, 1996); “*Gente que paga TV – O telespectador da TV por assinatura no Brasil*” de Angela Nelly Gomes (UMESP, 1998); e “*Modos de recepção – entre usos e hábitos – Uma análise do deslocamento do usuário pela rede de programação da TV a cabo*” de Elizabeth Rodrigues Pires (UFMG, 1999).

A estratégia analítica utilizada foi a identificação dos objetos de estudo, problemas de pesquisa, premissas epistemológicas, modelos teórico-metodológicos, premissas teóricas, hipóteses, amostra, procedimentos e técnicas de pesquisa, tendências

¹Trabalho apresentado ao NP 07 – Comunicação Audiovisual, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

² Nilda Jacks é professora do PPGCOM/UFRGS, pesquisadora do CNPq, autora dos livros “Mídia Nativa. Indústria Cultural e cultura regional”, “Querência. Cultura regional como mediação simbólica. Um estudo de recepção”, ambos pela Editora da UFRGS, e coordenadora do “Hermanos, pero no mucho. El periodismo narra la paradoja de la fraternidad y rivalidad entre Brasil e Argentina. Buenos Aires. La Crujía Ediciones, 2004.

Emily Canto Nunes é aluna do curso de Jornalismo e bolsista voluntária de Iniciação Científica do Núcleo de Pesquisa em Mídia e Recepção da UFRGS.

Felipe Schroeder Franke é aluno do curso de Jornalismo e bolsista de Iniciação Científica do Núcleo de Pesquisa em Mídia e Recepção da UFRGS.

³ Coordenado por Nilda Jacks, PPGCOM/UFRGS e bolsista PQ/ CNPq

⁴ O corpus total das pesquisas de recepção é composto de 49 trabalhos.

disciplinares, resultados, e autores e obras fundamentais, na busca das tendências dessa área de estudo.

Dos quatro trabalhos analisados neste relato, os de Brittos e de Pires adotam uma abordagem sociocultural⁵, ou seja, “abarcam uma visão ampla e complexa do processo de recepção dos produtos midiáticos, onde são consideradas múltiplas relações sociais e culturais. Mais do que o estudo do fenômeno de recepção em si mesmo, pretendem problematizar e pesquisar, do ponto de vista teórico ou empírico, sua inserção social e cultural” (Escosteguy, 2004). Por sua vez, os trabalhos de Areu e Gomes possuem uma abordagem comportamental, caracterizando-se esta por “estudos dos diferentes impactos derivados dos meios, isto é, o produto midiático é considerado um estímulo que provoca diversas reações nos públicos. Aí encontram-se aqueles estudos de formação de opinião, efeitos cognitivos, usos e gratificações, e outras investigações de caráter psicológico que reduzem o produto midiático ao juízo do público (Escosteguy, 2004). Na seqüência, primeiro serão apresentados as dissertações de abordagem sócio-cultural e, depois, as de abordagem comportamental.

2 Os trabalhos

No que diz respeito aos *objetos de estudo*, a pesquisa de Brittos aborda a mediação da identidade cultural na recepção da televisão a cabo por famílias pelotenses e o de Pires, os hábitos e usos formados a partir do consumo de televisão a cabo por grupos familiares de Belo Horizonte. Com outra abordagem, Areu possui objeto semelhante ao de Pires, pois analisa o uso da TV paga entre assinantes de Curitiba, enquanto Gomes estuda a relação entre receptor e este mesmo meio, com o intuito de compreender seus comportamentos, hábitos, opiniões, atitudes e preferências.

Com relação ao *problema de pesquisa*, Brittos parte da seguinte pergunta: “como os traços da identidade cultural local (e regional) interferem no relacionamento do receptor com a TV a cabo”. Pires pretende descobrir “em que medida a diversidade de canais da TV paga contradiz o princípio de fidelidade instituído pelo modelo geralista de tevê, ou então promove ajustes e adaptações que remodelam os antigos hábitos e usos”. Areu questiona “como as novas tecnologias estão afetando o relacionamento do telespectador com a televisão, quais suas expectativas, quais as mudanças que as mesmas produziram nos seus hábitos de exposição ao meio”,

⁵ Utiliza-se a classificação proposta por Ana Carolina Escosteguy (2004), que analisou o mesmo corpus, e identificou as pesquisas segundo suas abordagens, como sócio-culturais, comportamentais e outras.

indagando se o fenômeno da segmentação do público, como ocorreu nos Estados Unidos, também se daria no Brasil e Gomes se propõe a “verificar como estão se processando as mudanças no cotidiano do telespectador com a introdução e penetração da TV por assinatura nos lares brasileiros”.

Nenhum dos quatro trabalhos adota um *modelo teórico-metodológico* bem definido, no entanto, ambos os trabalhos de abordagem sócio-cultural seguem de perto a perspectiva proposta por Jesus Martín-Barbero, sendo que Brittos conjuga esta perspectiva com a de Néstor Garcia Canclini. Seguindo uma estratégia já adotada anteriormente (Jacks, 1999), Pires conjuga Barbero com a abordagem de Pierre Lévy para analisar a dimensão técnica do objeto, com as noções de “uso” de Michel de Certeau e de “hábito” de Pierre Bourdieu para abordar aspectos mais específicos da recepção. Entre os trabalhos de abordagem comportamental, a perspectiva teórico-metodológica é ainda mais indefinida e dispersa, embora os dois estudos tenham uma análise calcada no paradigma funcionalista, mas é apenas Gomes que a deixa mais explícita. Ela se filia à Teoria dos Usos e Gratificações, cujos pressupostos são amplamente postos em prática no uso do controle remoto junto à recepção dos programas da televisão paga.

Com relação às *premissas* adotadas pelos trabalhos, elas apresentam as seguintes assertivas, sobre:

a) processo de comunicação: em termos diferentes, os dois trabalhos sócio-culturais falam da complexidade do processo de comunicação. Brittos vê o processo como um lugar de conflito de interesses, que não pode ser pensado fora de uma contextualização histórica, sem considerar o cotidiano e envolver pessoas que “pensam”. Para Pires é um processo aberto, com cadeias de sentido que se desenrolam sob a influência de “variáveis” que não podem ser inteiramente previstas pela instância da produção. Ambos falam de mediações, Brittos ressaltando a importância da mediação cultural na recepção e Pires falando tanto da importância das mediações culturais como das históricas, econômicas e sociais. Por sua vez, tanto Areu como Gomes compartilham, de certo modo, essas idéias, embora não as implementem em suas análises e resultados. Para Gomes a eficácia do processo geral de comunicação depende de contextos sociais específicos, sendo um indivíduo afetado pelos meios de comunicação unicamente quando as mensagens destes possuem relação com seu contexto. Areu adota esta noção de outro modo: a comunicação só pode ser vista como uma experiência cultural quando dotada de um pensamento crítico e da consciência, por

parte do sujeito, da situação em que está envolvido; o contrário disso seria uma situação passiva, do receptor, num estado semelhante à hipnose.

b) receptor: a idéia dos receptores como não homogeneizados e não passivos está presente nos trabalhos de Brittos e Pires, assim como o pressuposto de que os receptores podem confirmar ou não as intenções inscritas na produção, e promover deslocamentos e reapropriações. Para Areu, a recepção depende dos interesses e das predisposições de cada indivíduo, enquanto Gomes parte de vários pressupostos: (i) a recepção da televisão a cabo deixa de ser coletiva, como ocorre na TV aberta, e passa a se tornar uma experiência individualizada; (ii) através da segmentação, tem-se na televisão a cabo diversos e bem especializados grupos de consumidores, em oposição à massa grande e única da televisão não-paga; e (iii) os indivíduos, para o entendimento de sua relação com os meios, devem ser analisados levando-se em consideração fundamentalmente os seus aspectos mentais e suas predisposições psicológicas próprias.

c) emissor: Pires parte da premissa de que o emissor não é onipotente, mas sua ação não pode ser desconsiderada. Gomes, de outra perspectiva teórica, pensa que, apesar da massificação da audiência provocada pelos meios de comunicação, uma preocupação cada vez mais presente é considerar os interesses dos diversos grupos sociais que inevitavelmente se formam dentro de massa generalizada.

d) meios: há uma premissa comum às duas dissertações de abordagem sócio-cultural, a qual fala dos meios de comunicação como um tipo de mediação. Além desta, Brittos alega que os meios “transmitem” cultura, o que não quer dizer que destruam totalmente as culturas populares e locais, e que a televisão mascara e nega conflitos, numa tentativa de unificação. Pires, por sua vez, possui premissas específicas sobre televisão a cabo, dizendo que a segmentação da televisão estimula o “zapear” e não mais a fidelidade a qualquer canal e que este “zapear” estimula a construção de mosaicos em detrimento da construção de sentido. As premissas dos trabalhos comportamentais tendem a uma caracterização da televisão, e dos meios de comunicação em geral, como capazes de gerar gostos e de influir diretamente em hábitos sociais. Areu, com base em Umberto Eco, considera a TV como um fenômeno sociológico capaz de instituir gostos e tendências, tratando-a como uma verdadeira indústria produtora de bens culturais. Gomes adota posições parecidas a estas e vê a televisão não apenas como condicionadora de atitudes e comportamentos, mas principalmente como responsável antes pela manutenção de hábitos já existentes do que

pela criação de novos, sendo assim encarada como um elemento de função reguladora do sistema social.

e) mensagens: nenhum dos quatro trabalhos possui premissas relativas às mensagens, uma vez que dispõem-se a trabalhar com os usos e hábitos de assistir à TV a cabo e não especificamente em relação à interpretação e apropriação de suas mensagens.

No que diz respeito às *hipóteses teóricas*, os trabalhos não as explicitam, embora Brittos indique como hipótese que a identidade cultural local é uma mediação responsável por uma recepção diferenciada da televisão a cabo e seus produtos mundializados, o que na verdade é uma premissa. Areu possui uma hipótese, mas muito simples: crê que o advento da televisão a cabo produz e produzirá mudanças nos comportamentos dos indivíduos. Entre essas mudanças, cita, por exemplo, uma dificuldade na escolha entre tantas possibilidades de programas, uma maior adesão à televisão a cabo por parte dos jovens, ficando estes menos expostos à televisão convencional, e uma diminuição da audiência de programas tradicionais nos fins-de-semana.

Com relação às *hipóteses empíricas*, somente o trabalho de Pires possui uma: “nem os telespectadores são totalmente novos, na medida em que prevalecem hábitos de audiência da TV geralista, e nem a tevê tornou-se inteiramente outra, visto que a TV fechada veicula também os canais abertos e cobre atualmente uma área minoritária, que ainda não consegue contrastar com a cobertura esmagadora da TV aberta”.

Sobre as *amostras*, Brittos trabalha, na primeira etapa, com 11 pessoas (professores universitários, produtores culturais e não-intelecutais, como uma doceira e um alfaiate), quando pretendia descobrir aspectos da cultura pelotense.. Na segunda etapa, o autor trabalhou com seis famílias, que totalizaram 17 pessoas e na terceira, com uma pessoa de cada família, escolhida com o intuito de obter informações mais profundas. A amostra de Pires é maior, pois optou por trabalhar com 16 grupos familiares⁶ de Belo Horizonte, que totalizaram 46 pessoas. Areu trabalha com 20 famílias das classes média-alta e alta residentes em Curitiba e Gomes com 26 pessoas, divididas entre as classes A, B e C, sendo analisadas depois por faixa etária e sexo.

⁶ Entendido como pessoas que compartilham o mesmo espaço da casa, dividem e planejam as despesas do domicílio, passam um pouco do tempo livre juntas, etc., sem necessariamente possuir laços consangüíneos.

No que diz respeito aos *procedimentos e técnicas* de pesquisa, Brittos utiliza a entrevista individual na primeira etapa, para descobrir aspectos da identidade cultural pelotense. Depois, aplica formulários aos integrantes de seis famílias para levantar informações sobre o cotidiano e sobre o hábito de assistir televisão a cabo, fazendo também observação direta em suas visitas domiciliares. Com base nestes formulários, seleciona seis pessoas com quem fez, também, entrevistas individuais; Pires aplica questionários aos grupos para classificá-los em faixas sócio-econômicas, depois entrevista os grupos familiares coletivamente. Areu inicialmente aplica um questionário, com o intuito de descobrir dados sócio-gráficos e tempo de exposição à mídia. Após usa, assim como Gomes, entrevistas em profundidade, uma espécie de conversa guiada por um roteiro diretivo, empreendida com o objetivo de fazer o interlocutor contar aquilo que, numa entrevista pré-definida, dificilmente exporia.

Relativamente ao modo como foram os dados analisados, apenas aparecem referências no trabalho de Gomes. Sua interpretação foi feita a partir de uma chamada análise matricial técnica, na qual se traçam, no caso de sua pesquisa, as motivações, os comportamentos e as conseqüências dos receptores.

Com relação às *tendências disciplinares*, Brittos aponta a antropologia, uma vez que se vale da etnografia como estratégia metodológica, como uma área de influência. Pires não faz nenhum tipo de menção sobre este aspecto do trabalho, entretanto, seu trabalho se apóia bastante em autores da sociologia, como Pierre Bourdieu, De Certeau, Pierre Lévy e John Thompson. Os trabalhos comportamentais possuem uma inclinação mais afim à psicologia. Areu, em determinado ponto de sua análise, traz algumas idéias da psicanálise para sedimentar alguns aspectos sobre a atuação do receptor, por exemplo.

3 Conclusões parciais

Por se tratar de trabalhos com abordagens distintas, seus resultados tendem a se diferenciar, apenas tendo algumas conclusões em comum, como pode ser percebido a seguir.

Os resultados a que chega Brittos, primeiramente, são relacionados às técnicas de coleta de dados. Segundo o autor, a idéia de trabalhar com famílias devido à crença de que a recepção televisiva tendia a ser familiar, não foi verificada no caso da TV a cabo, onde foi constatado tendências de fragmentação e segmentação do consumo.

Quanto à identidade cultural pelotense (apego à cultura erudita e à tradição, educação, sociabilidade, requinte, filantropia, valorização da família, conservadorismo, bairrismo, esnobismo e saudosismo), conclui que é um referente relevante na escolha dos canais e programas o que inclui a escolha de programas culturais, que estão entre os preferidos. No entanto, alguns dos referentes culturais pelotenses não se efetivam como práticas cotidianas, embora estejam presentes no imaginário desta sociedade, assim como a cultura regional gaúcha que também é muito mais presente como representação do que como prática, talvez por causa da participação destacada da cultura européia na formação pelotense. Conclui ainda que, de maneira geral, as identidades culturais locais e regionais impedem a homogeneização cultural, apesar de elas próprias se revelarem híbridas em função de seus processos de renovação; as identificações com a cultura pelotense se mostram presentes no conjunto da amostra, independente de sexo e idade. Os demais resultados obtidos por Brittos são os seguintes: a participação da televisão a cabo no cotidiano mostra que está assegurado o papel da televisão na construção e reconstrução das identidades; os produtos transnacionais não vêm necessariamente de outros países, podem ser produzidos e/ou veiculados em qualquer cidade de um país de terceiro mundo como o Brasil (MTV, por exemplo, produzida e veiculada aqui, mas transnacional; novelas brasileiras veiculadas em outros países); a procura por informações locais mostra que, mesmo sendo a televisão a cabo um veiculador de cultura mundializada, esta também é utilizada para fins de reterritorialização; as famílias integrantes da amostra discutem a programação com familiares, amigos e colegas, o que significa que a televisão fornece uma agenda para debate; a televisão a cabo é vista como um mecanismo que veicula informações diferenciadas e propicia liberdade de opções – não necessitando assistir sempre os mesmos programas e, às vezes, assistindo vários concomitantemente; o novo modo de assistir televisão que se estabelece é individualizado; essa nova forma de tecnologia não implica uma nova forma de produção.

Os resultados alcançados por Pires são: a diversidade de formas de uso associa-se muitos mais às variáveis de gênero, idade, atividade profissional, do que propriamente à variedade de canais; a rotina familiar se sobrepõe à TV a cabo, e não o inverso; o espaço da TV é negociado a partir do tempo livre e o fato de ligar a TV marca um reencontro com o lar; o receptor ora procura programas já conhecidos, ora procura programas inusitados; a trajetória pela rede de programação vai se constituindo localmente, a partir das referências, desejos e necessidades que pontuam a experiência

do usuário, não decorrem das estratégias implementadas pelos empreendedores do serviço; a TV a cabo propicia o desenvolvimento de novas competências de recepção nos usuários, o que ela traz de novo é construído em sintonia com o conhecimento, os costumes e a tradição que ela encontra e reconhece no público; os usuários acima de 50 anos têm dificuldade em construir habilidades e competências para caminhar pelo novo cenário de programação fechada; não houve substituição da novela pelo jornalismo, pela pesquisa ou por documentários, apesar da grande oferta deste tipo de programação na televisão a cabo – a preferência por determinados gêneros intervém nas escolhas do sujeito; dentro da realidade da televisão a cabo existe a identificação dos homens com o esporte, das mulheres com novelas, dos professores e profissionais liberais com documentários e programas jornalísticos; o videocassete e o cinema são, às vezes, substituídos pela programação da televisão a cabo, que gera um tipo de recepção diferente, já que as pessoas não se programam para ver determinado filme e por vezes assistem aos filmes pela metade; a informação é um dos gêneros favoritos dos entrevistados, mas há uma opção clara por ficção, seja ela de telenovela ou filmes. Enfim, a consolidação da TV a cabo no Brasil revela o quanto o telespectador mudou e continua a alterar suas formas de interação com a televisão e, ao mesmo tempo, como essa mudança se dá através da reafirmação de gostos, hábitos e costumes arraigados.

Há uma principal, e comum, conclusão claramente alcançada pelos dois trabalhos comportamentais: o ato de assistir à televisão por assinatura deixa de ser uma experiência coletiva, como o é com a TV aberta, passando a se caracterizar por um momento individualizado, no qual o espectador, mediante a grande diversidade de programas oferecidos, pode satisfazer o seu próprio interesse.

Em relação às mudanças provocadas pela televisão a cabo nos hábitos e na relação do telespectador com o meio, Areu apresenta diversos resultados: (i) a relação com o videocassete (como diz Gomes) é uma das mais afetadas, fazendo com que, por um lado, as pessoas passem, em sua grande maioria, a alugar menos filmes em locadoras, enquanto que, por outro, começam a utilizar freqüentemente este aparelho para a gravação de programas veiculados nos canais pagos; (ii) o valor que os assinantes dão à qualidade da imagem televisiva proporcionada pelo cabo ou pelo satélite, fazendo com que, em alguns casos, seja esse o fator principal na aquisição do sistema televisivo pago; (iii) constatação de um aumento geral do tempo passado frente à televisão, sendo isto freqüente em boa parte de sua amostra; (iv) o contato dos indivíduos com canais estrangeiros é uma barreira para os que não dominam os idiomas (comum entre pessoas

idosas), fazendo com que estes evitem canais de outros países, bem como um estímulo para aqueles já dotados de algum mínimo conhecimento de outros idiomas (entre os mais jovens); (v) grande valorização do controle-remoto, sendo tratado como uma fonte de libertação do telespectador frente, principalmente, aos intervalos comerciais. Esse ponto se alia a certa conclusão geral de Areu sobre o comportamento dos telespectadores: a televisão a cabo é vista como um modo de conquistar a liberdade de uma melhor administração do lazer de seus usuários; através dela é possível acessar uma grande variedade de programas, um maior contato com o mundo exterior, bem como a chance de “sair da rotina do dia-a-dia”. Areu possui ainda algumas conclusões não tão diretamente ligadas ao seu objeto de estudo. Ela constata que, apesar da quase totalidade dos assinantes se situarem nas classes média-alta e alta, a variável econômica não é tão determinante para que alguém venha a se tornar assinante. Para ela, mais fundamental são a predisposição e o interesse dos indivíduos por novas fontes de informação e entretenimento⁷. Gomes, depois da conclusão sobre a individualização do ato de assistir televisão, o qual é ainda verificado pela ocorrência, em diversos casos, da existência de dois ou mais aparelhos em cada lar, constata que, no geral, (como o faz Areu), a televisão paga representa para os seus assinantes uma maior flexibilidade, tanto em relação a maior diversidade de programas, como no sentido de tornar o telespectador mais livre. Com a TV paga, as pessoas perdem alguns condicionamentos que antes possuíam, tais como um horário fixo para assistir à televisão e uma grande fidelidade a certos programas e emissoras. Essa “não-passividade” do receptor ainda é mais visível no uso do controle-remoto, o qual, (como para Areu), é considerado uma espécie de libertador, dando ao usuário a possibilidade de transitar entre diversos programas e canais. Isto, segundo Gomes, retornando à Teoria dos Usos e Gratificações, é uma evidência da maior possibilidade de satisfação dos interesses específicos e únicos dos indivíduos. Gomes, na contramão dos resultados gerais sobre a diversificação do uso da TV a cabo, mostra que, em grande parte de sua amostra, é freqüente o grande valor dado aos programas de jornalismo dos canais locais, nacionais e, portanto, da televisão aberta. É quase sempre em relação a esse gênero que o assinante prefere os canais

⁷ Areu mostra uma certa decepção ao constatar que, ao contrário das tendências atuais nos países desenvolvidos, nos quais há uma certa “democratização da televisão paga”, ocorre no Brasil o inverso, havendo de poucos grupos que já são os principais entre os meios de comunicação nacionais dominarem esse novo mercado que se abre. Neste ambiente de disputa mercadológica, o advento da televisão paga não se mostra, pelo menos por enquanto, uma ameaça do ponto de vista comercial à TV convencional, visto que o grupo com poder econômico para a assinatura é ainda muito seleto, bem como a maior parcela da audiência da televisão aberta se situa nas classes média-baixa e baixa.

convencionais, podendo, através deles, ter um contato maior com o meio em que vive e com os hábitos e costumes mais próximos de si. Constrói-se, a partir disso, uma certa ambivalência, tendo-se, de um lado, a grande atração pelos programas estrangeiros e mundiais, e, de outro, a necessidade muito constante do contato com realidades menos distantes e mais condizentes e diretamente relevantes ao mundo do telespectador. Gomes considera esse vínculo dos assinantes com programas jornalísticos locais uma necessidade de auto-afirmação e auto-reconhecimento em meio a um mundo tão vasto de culturas e possibilidades. Outra conclusão relevante é o fato, para a grande maioria de sua amostra, de considerar a televisão como um meio essencialmente de entretenimento, sendo a informação buscada mais frequentemente nos meios impressos. Ela ainda comunga com Areu da idéia de que, pelo menos no atual estágio, as grandes emissoras nacionais da televisão aberta não sofrerão grandes abalos com o sistema pago, visto que a grande audiência das emissoras convencionais situarem-se nas parcelas mais pobres da população. Além da conclusão de ambas sobre a individualização do ato de assistir à televisão, Areu e Gomes concluem ser eminente, mesmo que incipiente, a segmentação da audiência televisiva no Brasil, seguindo portanto as tendências gerais dos países desenvolvidos, onde já atingiu um grau muito elevado.

Com relação aos avanços alcançados pelas pesquisas, Brittos levantou informações qualitativas sobre a recepção de televisão a cabo que até então não havia sido feito. Pires diz que alargou o âmbito da análise sobre a presença da televisão no cotidiano dos telespectadores, embora não tenha citado o trabalho de Brittos, realizado três anos antes, e nem qualquer outro trabalho empírico sobre recepção realizado na década de 90. No caso dos trabalhos comportamentais, não foram apresentados avanços teóricos e metodológicos, uma vez que este tipo de pesquisa é herdeira dos estudos pioneiros de audiência, de cunho funcionalista.

No que diz respeito aos limites dos trabalhos, nenhum dos dois de abordagem sócio-cultural apresenta premissas epistemológicas, além disso, Brittos apresenta premissas como hipóteses, conclusões baseadas em indícios fracos como, por exemplo, que o hibridismo latino-americano estaria explícito “em algumas residências visitadas, no abrigo de uma tecnologia como o computador e o consumo de doces pré-industriais (típicos de Pelotas)”, além de não relacionar claramente a identidade e o processo de recepção. No caso da dissertação de Pires, a autora não segue as normas de citação, impossibilitando, às vezes, que se saiba de que obra foram extraídas, e

desconsidera toda a produção de trabalhos de recepção da década de 90, inclusive o de Brittos que trata do mesmo objeto. Traço comum e limitador aos dois trabalhos comportamentais é o excessivo espaço dedicado à televisão por assinatura como tecnologia: mais da metade de ambos os trabalhos é utilizado em uma reconstituição histórica do advento da TV a cabo e por satélite, descrevendo detalhados passos de sua evolução e de sua constituição no sentido técnico. A grande importância dada a este aspecto larga enumeração, semelhante por vezes a uma enciclopédia, é até compreensível, visto o então recente surgimento desta tecnologia no Brasil; entretanto, acaba deixando as discussões teórico-metodológicas sobre a recepção e a descrição da coleta e interpretação dos dados (ou seja, as principais etapas da pesquisa em si) superficiais.

Com relação às novas hipóteses, Brittos possui apenas em relação à identidade cultural pelotense: “O passado apogeu pelotense, lembrado por meio da memória coletiva, interage com o presente, sendo a identidade reconstruída. Se o município superar suas dificuldades, presume-se que as mudanças na identidade cultural serão mais intensas, com o passado perdendo mais força e o presente passando a ser uma maior referência”. Areu tem novas indagações em relação à consolidação de hábitos por parte do receptor; partindo da premissa segundo a qual um programa televisivo depende bastante de sua consolidação sua e uma regularidade no seu estilo, lança as idéias de que (i) o mesmo não ocorre nas mídias eletrônicas, sendo estas dotadas de um caráter mais maleável, e de que (ii) os hábitos consolidados na mídia impressa, como ocorre na televisiva, são de difícil alteração. Ainda questiona qual seria a intenção existente por trás das novas mídias; diz ela: “no discurso religioso há uma nítida intenção de evangelizar. Qual a intenção por trás do discurso da MTV?”. Gomes, por fim, tem como nova hipótese a idéia da televisão brasileira vir a ser tal como hoje é o rádio, ou seja, uma enormidade de canais dividindo a audiência em segmentos cada vez menores, estes delimitados de acordo com os interesses, estilos de vida pessoais.

À guisa de conclusão, por este relato pode-se perceber que os trabalhos sobre recepção de TV a cabo foram escassos na década de 90, embora o fenômeno tenha alterado profundamente o mercado de televisão no Brasil e que as pesquisas não tiveram um grau de articulação entre si que pudessem ter ampliado o conhecimento sobre o tema, passo fundamental para a consolidação do conhecimento científico.

Referências bibliográficas:

AREU, Graciela Inês Presas. *O novo telespectador*. Dissertação (Curso de Pós-Graduação em Comunicação). Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo, 1993.

BRITTOS, Valério Cruz. *Recepção e TV a cabo: A mediação da identidade cultural pelotense*. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Faculdade dos Meios de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 1996.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. Notas para um estado da arte sobre os estudos brasileiros de recepção nos anos 90. In MACHADO, J.; LEMOS, A.; SÁ, S. (orgs.) *Mídia*. Br, Porto Alegre, Sulina, 2004.

GOMES, Angela Nelly. *Gente que paga TV: O telespectador da TV por assinatura no Brasil*. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Programa de Pós-Graduação da Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo, 1998.

PIRES, Elizabeth Rodrigues. *Modos de Recepção entre Usos e Hábitos: Uma análise do deslocamento do usuário pela rede de programação da TV a cabo*. Dissertação (Departamento de Comunicação Social). Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, 1999.