Padrão (*template*) para submissão de trabalhos ao
XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação:

Estudo de Recepção da Programação Vespertina da Televisão Aberta[1]

Soad Kadidia Umar[2]

Universidade Comunitária Regional de Chapecó - Unochapecó

Resumo

Esta pesquisa procura compreender a relação de receptores da cidade de Chapecó, Santa Catarina com a televisão aberta no horário vespertino (16h às 19h). A intenção foi ver o sujeito/receptor como único dentro de um determinado espaço geográfico/bairro, observando as diferentes mediações. O estudo, classificado como de recepção e etnográfico, considera elementos do cotidiano como fundamentais na percepção dos programas de TV e no comportamento das pessoas em relação à televisão.

Palavras-chave: Estudo de recepção; cotidiano e televisão

Corpo do trabalho

A proposta de estudar a recepção da televisão aberta no período vespertino surgiu no momento em que a programação no horário das 16h às 19h apresenta uma característica considerada, no mínimo, questionável. Séries "enlatadas" mexicanas, quadros de fofocas e programas que se auto-denominam "jornalísticos" preenchem o horário de final de tarde. Ao lembrarmos a programação televisiva de alguns anos atrás, temos a impressão de que era mais leve, talvez mais inocente. Tardes recheadas com receitas culinárias, desenhos dos "Smurfs" e do inesquecível "Sítio do Pica Pau Amarelo". Não entramos aqui na discussão do que é melhor ou pior, apenas surge a pergunta do porquê essa programação mudou tanto. Foi o telespectador que mudou a sua relação com o horário e conseqüentemente com a programação? Ou foram os veículos que decidiram agendar o telespectador para esse novo formato? Quem são as pessoas que assistem a esses programas? Qual é a relação delas com essa mudança? Enfim, a pesquisa consolidou-se na tentativa de buscar algumas dessas respostas.

[1] Paper para ser apresentado no Intercom, Sessão de Temas Livres.
[2] Autora Soad Kadidia Umar, Jornalista, Pós Graduanda de Lingüística e Ensino. E-mail: kadidia@cys.com.br

Com uma pesquisa de recepção procurou-se respostas para algumas dessas perguntas, foi escolhido um bairro de classe média da cidade de Chapecó, Santa Catarina para aplicar a pesquisa. Nesse bairro, foi selecionada uma amostra de cinco famílias com perfis bem distintos, desde faixa etária, número de membros na casa, nível econômico, escolaridade, valores morais, histórias de vida e etc. Quanto mais diferentes fossem as famílias mais próximo do real seria o resultado obtido, pois a pesquisa buscou as peculiaridades de cada família, o cotidiano e suas histórias de vida. Pessoas vivendo no mesmo espaço geográfico, porém singulares nas suas características. Jesús Martín-Barbero observa que nos Estudos de Recepção o espaço geográfico é extremamente importante, apesar das pessoas interagirem diferentemente nesse mesmo espaço.

> É no bairro que a pessoa é alguém, tem um nome, tem uma vida, tem uma história, é filho de fulano, é pai de beltrano; e no trabalho é alguém na medida em que os companheiros reconhecem nele esse sujeito social, que é negado pelo trabalho e que é tecido nas relações de bairro, nas relações sociais curtas, primeiras, domésticas. (BARBERO, 1995, p. 60).

Para entender o processo de recepção nos seus detalhes, nas suas mediações, compreender o sujeito dentro de seu cotidiano perante à televisão, as suas relações, percepções e entendimentos em relação à programação da TV estudada, optou-se por um método qualitativo/participativo, pois o foco não estava em estatísticas, números, porcentagens, tão pouco na generalização de um comportamento frente à recepção da televisão. A pesquisa participativa foi de extrema importância para o trabalho, pois para perceber e observar o receptor no seu cotidiano, somente participando diretamente nesse cotidiano. Um resultado onde a singularidade das características do receptor é aceita, não se preocupando em generalizar nenhum comportamento.

> Nos últimos anos tem-se presenciado um significante aumento no interesse de pesquisadores em utilizar os métodos da pesquisa qualitativa para o estudo dos processos sociais e culturais. A 'descoberta' ou 'retorno' à abordagem qualitativa tem sido proeminente nas pesquisas relacionadas ao fenômeno da comunicação de massa. (GUEDES, 1998, p. 110).

A pesquisa foi caracterizada como Estudo de "Recepção e Etnográfico". O termo "Estudo de Recepção",refere-se às pesquisas as quais analisam a relação dos sujeitos/receptores com os *mass media*, de forma que as mediações sociais, econômicas

e culturais assim como o cotidiano estão intrinsecamente envolvidos. Os métodos etnográficos também oferecem vantagens para o estudo de recepção, em particular para a análise de práticas cotidianas no contexto no qual elas se realizam e através do qual elas adquirem significado. "O método etnográfico, que é tradicionalmente associado com a antropologia e pode ser definido como a análise de contextos de ação estruturados, objetivando produzir uma rica descrição e interpretação da vida e valores dos sujeitos da investigação". (MORLEY e SILVERSTONE apud GUEDES, 1998. p.108).

> Os estudos de recepção na área da comunicação podem ser definidos como o estudo do outro, pessoal ou impessoal. A pesquisa qualitativa-etnográfica tem sido caracterizada pelo diálogo estabelecido entre o pesquisador e o pesquisado, na compreensão do receptor como sujeito do processo de recepção, e no entendimento do meio social onde ele está inserido. (GUEDES, 1998, p. 110).

As famílias foram acompanhadas durante o período de um mês, durante as visitas aplicou-se questionários e também foi tomado nota de toda a rotina da casa durante o horário das 16h às 19h para que fosse possível entender como os membros da casa interagiam com a televisão, se a televisão ficava ligada durante esse horário, quais eram as pessoas que assistiam aos programas e a quais programas, assim como, houve uma preocupação em observar como a recepção se dava e quais eram as mediações sofridas em cada família. Claro que sabíamos que a presença de um observador poderia de alguma forma influenciar na rotina das pessoas e no ritmo da casa, no entanto, a presença de um observador foi necessária para coletar tais informações.

> Não é oferecida uma metodologia segura que sustente a indicação de que o objeto a ser abordado, o receptor, possa ser observado durante sua relação com os media: toda e qualquer interferência estranha, sabe-se, vai alterar o resultado de estudos empíricos; a todo momento o indivíduo aciona elementos de defesa em seu comportamento que, é certo, não fidelizam comprovações. (GODOI. Disponível em: http://www.facom.ufba.br/pos/midiaerecepcao/textos/christian_godoi.pdf)

A autora Olga Guedes observa que o papel do pesquisador social é de interpretar a realidade dos grupos analisados, compreendendo o significado dos signos, das práticas sociais e dos discursos de acordo com a participação e observação do pesquisador. "O sentido geral da semiótica da cultura é ganhar acesso ao mundo conceitual no qual os

sujeitos vivem, de forma que o pesquisador possa, no mais amplo sentido, 'conversar' com eles".(GUEDES, 1998, p. 112).

Independente da presença do observador influenciar ou não no comportamento dos membros da casa, quando discutimos a aplicação de um estudo de recepção vários autores defendem a idéia de que para obter-se um resultado incisivo é necessário aproximar-se do objeto de estudo e tentar percebe-lo no seu meio, dentro de seu cotidiano. Foi-se o tempo em que estudos de audiência quantitativos eram suficientes para explicar o receptor. Levantar dados quantitativos sobre o fenômeno que é a televisão da sociedade do século XXI parece já ser uma ferramenta do passado. As mudanças na produção e circulação da informação são cada vez mais profundas. A realidade dos dias de hoje não tem mais espaço para estudos, análises e resultados fechados e hegemônicos. Estamos vivendo uma realidade social, política e cultural de pluralidade, e as análises precisam respeitar essas diferenças. É nesse contexto que estudos culturais, como os de recepção, abrem possibilidades para entender melhor o processo de consumo da televisão.

Jesús Martín-Barbero é um dos grandes adeptos aos estudos de recepção aplicados em uma amplitude maior. Para o autor a recepção é um processo de interação.

> Parto do princípio de que a recepção não é somente uma etapa no interior do processo de comunicação, um momento separável, em termos de disciplina, de metodologia, mas uma espécie de outro lugar, o de rever e repensar o processo inteiro da comunicação. (BARBERO, 1995, p.40)

Entender o cotidiano das pessoas e perceber como ele pode interferiar no momento do ato de assistir a um determinado programa de televisão foi fundamental para a análise da pesquisa. Mais uma vez citamos Martín-Barbero como um dos teóricos da América Latina, para ele, "a vida cotidiana tem um papel muito mais importante na produção incessante do tecido social. A vida cotidiana é o lugar em que os atores sociais se fazem visíveis do trabalho ao sonho, da ciência ao jogo." (BARBERO,1995, p.59). Mauro Wilton de Sousa, organizador do livro "Sujeito, o lado oculto do receptor", também aborda o cotidiano como um dos aspectos fundamentais nos estudos de recepção.

> A noção de cotidiano, tanto quanto a de práticas de pessoas e grupos sociais, é uma primeira aproximação importante para destacar o que

> vem se colocando como prioridade no estudo da interação comunicação-cultura. Tomada não apenas em sua conotação mais ampla, enquanto âmbito de 'produção, circulação e consumo de significações', a cultura se situa nos anos recentes no interior dessas práticas nas quais se dão as significações. E resulta daí a visão com que o termo vem sendo trabalhado, especialmente em países da América Latina. A própria tradição brasileira de estudos sobre comunicação e cultura talvez tenha privilegiado mais suas vinculações com a sociologia e a política e menos sua ligação com o mundo plural das práticas culturais cotidianas. (SOUSA, 1995, p.35).

Percebendo o sujeito/receptor dentro de seu espaço, no seu cotidiano, ficou mais fácil, durante a pesquisa, entender a recepção dos programas estudados nas constantes mediações presentes no processo como todo. Para muitos autores a recepção de uma mensagem passa necessariamente por várias mediações que são influenciadas por diversos fatores. Porém, definir essa mediação não foi uma tarefa fácil, pois em muitos momentos essa mediação pôde ser percebida de diferentes maneiras.

Percebeu-se que a mediação além de estar relacionada a uma intervenção pessoal e temporal, ela ainda, em muitos momentos, foi o próprio contexto onde o receptor estava dentro de sua realidade social, econômica junto de seus valores morais. Para um dos mais importantes estudiosos sobre recepção, Orozco, as mediações passam, nos estudos de recepção, a ser processos de estruturação derivados de ações concretas ou intervenções no processo de recepção televisiva. Para ele a mediação se manifesta por meios de ação e do discurso.

> A mediação é originada em várias fontes. Na cultura, na política, na economia. Na classe social, no gênero, na idade, na etnia. E ainda, nos meios, nas condições situacionais e contextuais e nos movimentos sociais. Mas também se origina na mente do sujeito, em suas emoções e suas experiências.
> (OROZCO apud GODOI. Disponível em: http//.facom.ufba.br/pos/midiaerecepcao/textos/christian_godoi.pdf//).

Durante a construção do projeto levantou-se algumas hipóteses: a primeira era a de responsabilizar o telespectador pelas alterações nas grades de programação das emissoras nacionais, supondo que as pessoas estivessem interessadas naquele estilo de programação. Em seguida surge uma segunda possibilidade, a de que o receptor era vítima dessa massificação, da imposição da programação pelos veículos de comunicação. No entanto, depois dos primeiros contatos com os receptores que compuseram a amostra da pesquisa, percebeu-se que não é nenhuma coisa, nem outra. O processo é muito mais complexo do que se pensa. Na realidade, as duas coisas parecem

se entrelaçar. Nenhum dos dois lados é tão vítima e tão pouco conivente com todo o processo. Baudrillard já disse que, "enquanto o receptor dissimula o seu poder os media de massa simulam os seus." (GODOI. Disponível em: http//.facom.ufba.br/pos/midiaerecepcao/textos/christian_godoi.pdf).

Vivemos como dizem os estudiosos do processo de recepção um "momento de negociações" onde tudo parece estar em jogo: audiência, patrocinadores, interesses comerciais, público eclético e etc. Silas de Paula, em seu artigo, "Estudos Culturais e receptor ativo", observa que a há um antagonismo entre a televisão e a sua audiência, como se fosse uma força de mão dupla. O autor cita Fiske que acredita na força superior da audiência sobre a televisão, mas que quando colocadas juntas ambas possuem poder. (SILAS, 1998, p.137).

Sousa também acredita na negociação entre a produtores e receptores. Para ele não cabe mais uma força única no processo de recepção.

> Quanto às comunicações, chama atenção a busca dos condicionantes do sujeito, das mediações que ultrapassam a noção de um determinismo entre emissor e receptor, ou sujeito e objeto. Embora esse 'quem' da comunicação, esse sujeito, teoricamente ainda não esteja configurado, sabe-se que ocupa um espaço contraditório, o da negociação, o da busca de significações e de produções incessantes de sentido na vida cotidiana. O receptor deixa de ser visto, mesmo empiricamente, como consumidor necessário de supérfluos culturais ou produto massificado apenas porque consome, mas resgata-se nele também um espaço de produção cultural. (SOUSA, 1995, p.26).

Generalizar o receptor pareceu ser um dos maiores equívocos que se pode cometer quando falamos de recepção de algum produto cultural. Esta é uma das análises que puderam ser feitas a partir do estudo que evidenciou uma percepção contundente: a de que cada sujeito é único dentro do processo de recepção. Aspectos sociais, religiosos, psicológicos, estão intrinsecamente associados às diferentes escolhas da programação televisiva.

Um exemplo foi a análise de duas familiais nas quais os casais têm praticamente a mesma faixa etária, nível social médio, ambos aposentados e também não concluíram o Estudo Fundamental. No entanto enquanto um dos casais assiste televisão diariamente, acompanham a programação da tarde e também os programas como "Cidade Alerta" e "Brasil Urgente", pois dizem gostar muito de tais programas por poderem se informar sobre o que está acontecendo no país, denominam tais programas como "programas de notícias", o outro casal relata que somente ligam a televisão para

assistir ao noticiário da Globo, preferem ouvir ao rádio durante a tarde, quando questionados quanto aos programas "Cidade Alerta"e "Brasil Urgente", eles são contundentes em dizer que não assistem a tais programas por acharem muito violentos e cheios de comercial e coisa "feia". Esse segundo casal contou que depois de assistirem as noticias a noite, desligam o televisor e ligam o rádio para dançar.

Enfim, percebe-se que apesar dos dois casais mostrarem características quanto ao nível social, faixa etária, escolaridade a relação com a televisão é bem diferente.

> Assistir televisão é um processo típico de negociação entre texto e espectador, que estão em situação social diversificada. O sentido é determinado socialmente. Esta abordagem, segundo Fiske, não significa um processo mecanicista de causa e efeito: ela simplesmente delimita, posiciona as fronteiras. (SILAS, 1995, p.136).

Outra análise possível neste estudo relacionou-se a diferença social versus escolhas da programação da televisão e percepções dessas escolhas. Talvez no senso comum, acredita-se que quanto menor o nível econômico e o grau de escolaridade, menor a capacidade de discernimento quanto às escolhas da programação televisiva. E conseqüentemente, quanto mais elevado o nível econômico e o nível escolar mais condições se tem em fazer tais escolhas.

Apesar do sujeito receber a mesma produção midiática, de morar na mesma cidade, no mesmo bairro, apresentar condições sócio-econômicas muito parecidas, a recepção dos produtos culturais não será necessariamente igual. Nos deparamos aqui com o que Jesús Martín-Barbero, Orozco e outros pesquisadores sobre recepção detectaram ainda no século passado sobre o processo de mediação.

> A mediação é originada em várias fontes. Na cultura, na política, na economia. Na classe social, no gênero, na idade, na etnia. E ainda, nos meios, nas condições situacionais e contextuais e nos movimentos sociais. Mas também se origina na mente do sujeito, em suas emoções e suas experiências. (OROZCO apud GODOI. Disponível em: http:// facom.ufba.br/pos/midiaerecepcao/textos/christian_godoi.pdf //).

Na pesquisa foi possível perceber que essa generalização também pode estar equivocada. A análise feita a partir da observação do comportamento de outras duas mostrou essa distinção.

Enquanto uma das famílias era composta por cinco membros, entre eles quatro adultos e uma criança. Nível social, classe média (B), renda mensal de dois mil reais. A

família morava em uma casa própria de alvenaria com 10 cômodos no centro do bairro. A outra família de classe baixa (D), renda mensal de oitocentos reais, morava em uma casa de madeira, com 6 cômodos, própria, no entanto em sete pessoas, quatro adultos e três crianças.

O grande diferencial das duas famílias quanto a recepção da televisão, no horário vespertino, é que enquanto a primeira família, com um poder aquisitivo mais alto, demonstrou preferir o SBT, canal cujos programas da tarde basicamente são novelas mexicanas e o programa Roda Roda do Silvio Santos. Na segunda família percebeu-se que a preferência era pela programação da Rede Globo porque declaram não gostar das novelas dubladas, veiculadas no SBT. Porém a primeira família relatou não gostar das novelas da Globo, assim como dos telejornais porque segundo eles são muito violentos e pornográficas.

Não entramos no mérito de que se a programação da Globo é melhor ou pior do que a do SBT, porém até internacionalmente as produções das novelas da Rede Globo são reconhecidas pela estética e pelo alto padrão de qualidade. Outra questão é o fator, identificação. Uma novela que traz contextos sociais, políticos e culturais de um outro país perde a identificação do telespectador. Percebe-se então que apesar da diferença social e econômica, a segunda família demonstrou ter uma percepção mais apurada quanto a esse aspecto.

Entre os programas do período vespertino, os mais polêmicos são os programas policiais "Cidade Alerta" da Record e "Brasil Urgente" da Rede Bandeirantes. Além de eles entrarem no ar praticamente no mesmo horário, entre 17:30 e 17:50, o estilo dos dois é exatamente igual. Desde o formato, a linguagem, os estilos dos apresentadores até as pautas. Ambos têm como pauta principal, acontecimentos policiais da grande São Paulo. Conectados com a Polícia Militar, Marcelo Rezende e Luiz Datena, os apresentadores, cobrem as façanhas policiais de um acidente de moto até seqüestros e suicídios ao vivo. Com o ponto eletrônico sempre alerta os apresentadores mudam de matéria conforme os índices de audiência. Em muitos momentos as informações são corrigidas e trocadas em questão de segundos, pois tudo acontece ao vivo e a cores.

Entre as famílias estudadas, notou-se que a relação com os programas "Cidade Alerta" e "Brasil Urgente" é distinta. Sentimentos que variam entre o medo, repugna, admiração e total insignificância ficaram claros com relação a ambos os programas.

A primeira observação é em relação à diferente percepção sobre os mesmos programas entre pai e filho. Em uma das famílias pai, 58 anos e o filho de 13 anos têm

opiniões contrárias ao assistir a tais programas. O pai diz assistir e gostar dos programas "Cidade Alerta" e "Brasil Urgente" porque são programas importantes para se informar. "A gente fica por dentro, eles tão passando tudo. Não adianta a gente tá no mundo e não saber o que tá acontecendo", relatou o pai. Ele pareceu não conseguir distinguir a diferença entre um telejornal que informa sobre fatos e notícias importantes para ele, de programas que abordam somente casos relacionados à polícia de São Paulo. Enquanto que o filho demonstrou conseguir fazer esse discernimento. Quando ouve o pai falar da importância de assistir aos programas Cidade Alerta e Brasil Urgente, o garoto vai logo dizendo que ele não gosta. Primeiro porque os apresentadores são muito escandalosos e segundo porque basicamente as notícias são somente de acidentes, enchentes, além de serem exclusivamente da cidade de São Paulo.

Em outra família houve também disparidade entre as opiniões quanto aos programas "Cidade Alerta" e "Brasil Urgente". A esposa, disse que gostava de assistir ao programa "Brasil Urgente" até algum tempo antes da pesquisa. No entanto, depois do episódio da matéria 'forjada' que Gugu Liberato mostrou no seu programa "Domingo Legal", quando supostos membros do PCC ameaçavam o apresentador Luiz Datena e mais várias outras pessoas de morte, ela deixou de assistir ao programa. Segundo ela, o programa é muito repetitivo. "O Datena, por exemplo, ele fica falando muito de uma coisa só, na época do Gugu, todo dia era a mesma coisa, não precisava, uma vez chegava. Foi 15 dias ou mais só isso, nem o meu esposo ligava mais no Datena".

Nessa situação percebe-se que o fator que fez com que a senhora deixasse de gostar do programa Brasil Urgente, foi muito mais a crítica ao Gugu Liberato, do que realmente o formato do programa. Ela demonstrou, durante a entrevista, ter um grande carinho pelo apresentador do programa Domingo Legal, e de certa forma acabou se sentindo ofendida pelo Gugu, e não pela questão da repetição das informações, já que essa é uma característica que o programa teve desde a sua estréia. Porque Dona Maria somente percebeu essa repetição quando "comprou as dores" do apresentador do SBT? Talvez aqui caiba uma análise quanto à relação com "mitos" da TV, pois Dona Maria, quando percebeu que Luiz Datena tinha uma opinião diferente da sua quanto ao Gugu Liberato, automaticamente ela deixou de gostar do programa. O mais interessante é que somente a partir daquele momento ela consegue perceber algo de extrema importância quanto ao formato do programa: as repetições das informações, que até então não a incomodavam. Ferrés entende que a televisão realiza sua função socializadora,

intencional ou involuntária, fundamentalmente mediante o entretenimento, mediante o relato.

> O relato socializa mediante processos de associação ou transferência que conferem às realidades representadas (pessoas, instituições ou crenças) valores emocionais positivos ou negativos, conforme os casos. O espectador tende a interiorizar as realidades vistas na telinha associadas com uma carga emocional de signo positivo ou negativo. É esta carga emocional o que confere significação, valor ou sentido a estas realidades. (FERRÈS, 1998, p.63).

Na mesma família, a mãe da senhora citada anteriormente, uma mulher de 91 anos, mostrou ter pavor dos tais programas policiais. Ela contou que a mãe sai da sala quando passa alguma cena forte, principalmente quando envolve homicídio em que os filhos matam os pais. "Os programas de informação ruim a mãe assiste e sai correndo", ela explica.

O fator "medo" em relação aos programas "Cidade Alerta" e "Brasil Urgente", também pareceu estar presente em outra das famílias estudadas. As irmãs uma de 36 anos e outra de 38 anos, decidiram cortar tais programas da lista dos favoritos. Uma delas explicou que durante uma época ela não perdia um dia do programa 'Cidade Alerta', mas começou a se sentir deprimida e muito nervosa, então a irmã mais velha lhe proibiu de assistir qualquer coisa na TV que fosse violenta. "Não dá, eles focalizam a pessoas como foram encontradas, sem dó", comenta.

Ferrés observa que apesar da palavra ter um grande peso na informação, é a imagem que vai trabalhar diretamente com o inconsciente do telespectador.

> Se a palavra tende a se impor por seu peso, a imagem se impõe por sua capacidade de choque. Uma velha lenda chinesa conta que um imperador pediu um dia ao primeiro pintor de sua corte que eliminasse a gigantesca cascata que tinha pintado numa parede do palácio, porque o ruído da água o impedia de dormir. Magnífica parábola sobre o poder mobilizador da imagem, sobre seu potencial energético, sobre sua capacidade para criar realidade, para gerar ação e reação. (FERRÉS, 1998, p.40).

Mesmo sabendo que aquelas informações, cenas e imagens estavam acontecendo há quilômetros de onde ela estava e ela ter consciência que aquilo não poderia afetá-la ao ponto de deprimi-la, ela não conseguia manter esse raciocínio. "Quando nas

mensagens televisivas se dá primazia às emoções, estas tendem a se impor sobre a racionalidade".(FERRÉS, 1998, p.41).

Em outra casa houve também discordância em relação aos programas "Cidade Alerta" e "Brasil Urgente". As opiniões se divergiram entre a senhora, dona da casa e a nora que mora na mesma casa. A sogra contou que gosta muito dos tais programas policiais. "Nesses programas têm muita coisa que dá pra gente se orientar, saber como as coisas acontecem. A gente aprende a viver a vida", ela explica. Ela mostrou que vê os programas "Cidade Alerta" e "Brasil Urgente" como bons, úteis para que as pessoas, as famílias possam prevenir problemas como furto, assassinatos e envolvimento em assalto dentro da própria família.

Aqui, acreditou-se que houve uma particularidade relevante pelo fato da senhora ter dois filhos presos, um por homicídio e o outro, esposo da nora, por tráfico de drogas. Percebeu-se nesse caso que ao assistir a tais programas ela possa, de alguma forma, estar se informando como tais crimes acontecem para poder prevenir e evitar que tais problemas se repitam em sua vida.

Tanto o apresentador do "Cidade Alerta", Marcelo Rezende, como Luiz Datena do "Brasil Urgente" costumam fazer comentários durante o programa, de como as pessoas começam a se envolver no mundo do crime, os apresentadores geralmente chamam a atenção do telespectador para tais problemáticas. E como a senhora tem na família dois filhos envolvidos nessa realidade, ela, de alguma forma, se identifica com o que é mostrado e falado durante os programas. Bourdieu questiona a relação dos apresentadores de programas televisivos quanto à formação da moral do que é certo ou errado.

> Nossos apresentadores e jornais televisivos, nossos animadores de debates, nossos comentaristas esportivos tornaram-se pequenos diretores de consciência que se fazem, sem ter de forçar muito, os porta-vozes de uma moral tipicamente pequeno-burguesa, que dizem 'o que devem pensar' sobre o que chamam de 'os problemas da sociedade' (...). (BOURDIEU, 1997, p.65).

Em contrapartida, a nora contou ter verdadeiro pavor desses programas. Ela comentou que nunca assiste e que também não deixa os filhos, uma garota de 9 anos e outros dois meninos de 7 e 2 anos assistirem. "Não suporto a injustiça que é feita com as pessoas, eu fico indignada quando assisto, tem muita coisa errada, tanto com a justiça como com o bandido. Políticos roubando, mas ninguém faz nada ou quando fazem são

presos nas melhores celas", ela explica. A moça que está com o marido preso por tráfico de drogas há um ano e meio, mostrou fazer uma outra leitura dos programas "Cidade Alerta" e "Brasil Urgente". Para ela os dois programas fazem sensacionalismo da desgraça alheia, desgraça essa que ela vive estando com o pai de seus filhos preso. Ao proibir as crianças de assistir, ela, de alguma forma, tenta evitar que os filhos façam essa mesma associação e/ou identificação. Neste caso, observou-se que mesmo vivendo a mesma realidade, as mesmas dificuldades financeiras, a sogra e nora pensam muito diferente uma da outra. Percebem e recebem diferentemente as informações dos mesmos programas. Ferrés comenta,

> A televisão é uma experiência narcisista porque é uma experiência sedutora. O fascínio que os personagens e as situações exercem sobre o espectador provém de que o põe em contato com o mais profundo e oculto de suas tensões e pulsões, de seus conflitos e ânsias, de seus desejos e temores. A televisão seduz porque é espelho, não tanto da realidade externa representada quanto da realidade interna de quem a vê. (FERRÉS, 1998, p. 71).

Além do caráter sensacionalista dos programas "Cidade Alerta" e "Brasil Urgente", outra característica que chama a atenção é a repetição constante das informações e a fragmentação das mesmas. A todo o momento os apresentadores param matérias que estão rodando para chamar algo mais interessante (na opinião deles) para entrar ao vivo e etc. O tempo de cada matéria é muito variável. Um exemplo está no site do programa "Brasil Urgente" da Rede Bandeirantes, que explica que "... as matérias têm o tempo que merecem, um minuto ou meia hora".

A análise que foi feita é que o horário que os programas entram no ar, das 17h30 às 19h30, a rotina da casa também é bem agitada. Em todas as famílias estudadas, percebeu-se que nesse horário as famílias não têm o hábito de sentar tranqüilamente na frente da televisão para assistir aos programas. Geralmente nesse horário o tumulto da casa também é bem agitado, assim como os programas "Cidade Alerta" e "Brasil Urgente". Entre os horários das 17h30 às 19h30, as crianças estão chegando da escola, os adultos que trabalham fora, voltam para casa, as esposas estão em função do jantar, é um horário que também muitos tomam banho, recolhem roupas, tomam chimarrão e assim por diante. O entra e sai da casa é constante, coincidência ou não, a repetição das informações, estilo "Teletubbies" é favorável, pois o telespectador mesmo saindo por alguns instantes da sala para fazer alguma outra coisa, quando volta, tem toda as

condições de acompanhar o desenrolar da matéria, pois ela se repetirá a qualquer momento.

> O ato de assistir televisão acontece em situações sociais complexas, onde muitas pessoas (...) interagem de uma forma que resulta em uma outra compreensão e constituição de tempo, espaço e relações sociais. Este modo de vida permite atividades simultâneas e um espaço coletivo caótico saudável, (...) ver televisão ultrapassa o limite físico entre privado e público, representado pela porta da frente da casa. (TUFTE apud. SILVEIRA. Disponível em: http:// www.intexto.ufrgs.br/intexto.html//).

Outro artifício que esses programas estão usando para manter o telespectador por dentro do que está acontecendo, e ainda para que ele não se perca e se confunda com o troca-troca de matérias e informações, é o Texto-Legenda, que fica o tempo todo piscando na tela, informando sobre o que se trata a matéria que está na tela naquele instante.

Pesquisando e, sobretudo observando o cotidiano e a relação que as cinco famílias estabeleciam com a programação estudada conclui-se, com segurança, que não podemos generalizar os receptores de maneira automática e simplista.

Iludem-se os que acreditam ainda no poder aniquilador da televisão sobre o receptor. Iludem-se da mesma forma, os que apostam no sujeito, como alguém que tem total controle da emoção e da racionalidade no momento da recepção de um produto do *mass media*. Nem tanto céu, nem tanto a terra, manter-se nos extremos quando discutimos recepção da televisão, talvez possa ser um dos maiores erros que qualquer pesquisa de recepção possa cometer.

Até pode-se compreender as limitações que as Escolas Funcionalistas e Frankfurtianas estabeleceram por tanto tempo. Pensar o sujeito como um número a mais em uma pesquisa quantitativa ou em um índice de audiência, como alguém submisso a tudo, para a época talvez tenha cumprido o seu papel. No entanto, pensar esse viés nos dias de hoje é algo no mínimo reducionista. O recorte precisa ser muito menor se o objetivo for realmente compreender a relação, a "negociação" que os telespectadores estabelecem com os produtos televisivos.

Foi dentro desse contexto que essa pesquisa se estabeleceu. Com esse recorte e com muita observação e participação pôde-se perceber que cada receptor é singular dentro de todo o processo. Mesmo morando com vários outros membros, participando

das mesmas realidades sócias, econômicas e culturais, o sujeito recebe e se relaciona com a informação de maneira única.

A pesquisa além de ter derrubado algumas hipóteses e pressupostos, e de certa maneira, ter percebido que realmente o receptor deve ser estudado como único, singular em um estudo de recepção, talvez a grande descoberta tenha sido com relação ao fator "mediação". Quando a pesquisa iniciou, o conceito de mediação parecia ainda distante e confuso, pois como a maioria dos Estudos de Recepção, também acreditou-se que a mediação estava restrita ao momento da comunicação entre produção e recepção. No entanto, no decorrer das leituras e também das observações percebeu-se que mediação vai muito além disso. Mediação passa a ser também todo o histórico social, econômico e cultural do sujeito. A mediação vai acontecer conforme o contexto do receptor, de acordo com o seu estado emocional e psicológico.

Referências Bibliográficas

ARBEX, José. **Showrnalismo: a notícia como espetáculo**. 2.ed. São Paulo: Casa Amarela, 2001.

BAHIA, Juarez. **Jornal, História Técnica.** São Paulo**:** Ática, 1990.

BARBERO, Jesus Martín. **Dos meios as mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 2.ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.

_____. **Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva**. São Paulo: Editora SENAC, 2001.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Tradução – Maria Luisa Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar , 1997.

FERRÉS, Joan. **A televisão Subliminar: socializando através de comunicações despercebidas.** Porto Alegre: Artmed, 1998.

GODOI, Christian. **À luz com as massas midiáticas: o prazer como mediação no contexto da recepção.** <http:// www.facom.ufba.br/pos/midiaerecepcao/textos/ Christian_godo/Pdf> Acesso em: 20. Nov.2003.

GUEDES, Enildo Marinho**. Curso de Metodologia Científica.** Curitiba, 1997.

Jesús Martín. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção e comunicação social. In: SOUSA, Mauro Wilton de. **Sujeito, o lado oculto do receptor.** São Paulo: Brasiliense, 1995.

SILAS, de Paula. Estudos culturais e receptor ativo In: RUBIM, Antônio Albino Canelas et al. **Produção e Recepção dos Sentidos Midiáticos.** 2.ed. Petrópolis: Vozes, 1998.

SILVEIRA, Fabrício. **Uma problematização e um protocolo para a observação empírica. A naturalização da domesticidade televisiva**.
<http:// www.intexto.ufrgs.br/intexto.htlm > Acesso em: 14. Nov. 2003

SOUSA, Mauro Wilson de. **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995.