



As mediações no estudo de recepção do Programa Malhação¹

Solange Prediger²
Universidade Federal de Santa Maria

RESUMO

O presente texto é um ensaio teórico sobre a perspectiva das mediações, tendo como referência o autor Jesús Martín-Barbero. Tendo em vista os diferentes olhares acerca das mediações no estudo de Barbero, propomos, neste ensaio, apresentar a evolução do pensamento do autor acerca deste tema e, a partir disso, refletir sobre quais as mediações que são viáveis de serem analisadas como base teórica da pesquisa empírica de recepção e de consumo do Programa Malhação entre jovens de classe popular e de classe dominante, a partir da assistência da *soap opera* através de múltiplas plataformas – televisão e internet. Buscamos, através do tensionamento entre a teoria e a experiência de campo, definir indicadores empíricos para a análise, bem como definir a metodologia adequada para o estudo a ser desenvolvido.

PALAVRAS-CHAVE: mediações; Programa Malhação; Jesús Martín-Barbero; recepção; consumo.

INTRODUÇÃO

O presente texto é um ensaio teórico sobre a perspectiva das mediações, tendo como referência o autor Jesús Martín-Barbero e as formulações de seus mapas das mediações. Apesar do termo “mediações” parecer um conceito definido, sabemos que o mesmo é ainda bastante impreciso. Até mesmo Barbero, autor que inicialmente tratou do tema, apresentou diferentes definições para o termo. Tendo em vista os diferentes olhares acerca das mediações no estudo de Barbero, propomos, neste ensaio, apresentar a evolução do pensamento do autor acerca deste tema e, a partir disso, refletir sobre quais as mediações que são viáveis de serem analisadas como base teórica da pesquisa empírica de recepção e de consumo do Programa Malhação entre jovens de classe popular e de classe dominante, a partir da assistência do Programa através de múltiplas plataformas – televisão e internet. Assim como Wotrich, Silva e Ronsini (2009, p.3), buscamos, através do tensionamento entre a teoria e a experiência de campo, “definir indicadores empíricos que permitam estabelecer contornos mais precisos para o que entendemos como mediações”. Além disso, buscamos definir aqui a metodologia adequada para o estudo a ser desenvolvido.

¹ Trabalho apresentado no DT 04 – Comunicação Audiovisual - do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 26 a 28 de maio de 2011, em Londrina/PR.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da Universidade Federal de Santa Maria – POSCOM – UFSM/RS, email: sol_prediger@yahoo.com.br.



1. As mediações nos estudos de Jesús Martín-Barbero

Os estudos de Jesús Martín-Barbero ganham destaque entre 1980 e 1990, quando se consagram, na América Latina, os Estudos Culturais. Um dos autores mais importantes nesta conquista foi Barbero, que, juntamente com Nestor García Canclini, abordou os problemas e as questões que estavam emergindo no cenário empírico, político e cultural na América Latina. Mais centrado nos processos de recepção, Guilherme Orozco Gómez incorporou os estudos a partir da década de 1990 (JACKS; MENEZES; PIEDRAS, 2008).

Em seus estudos, Barbero busca entender a relação entre receptores e meios, bem como a inserção das camadas populares latino-americanas no contexto de subdesenvolvimento e de acelerada modernização, que gera novas identidades e novos sujeitos, forjados, especialmente, pelas tecnologias de comunicação. A comunicação, para ele, assume o sentido de práticas sociais onde o receptor é produtor de sentidos e o cotidiano é o espaço de pesquisa; ele analisa a comunicação a partir da cultura e entende que o receptor também produz, pois ressignifica e reelabora conteúdos massivos, conforme sua experiência cultural (JACKS; ESCOSTEGUY, 2005).

Os dois textos iniciais de Martín-Barbero foram “Retos a la investigación de comunicación em América Latina”, de 1984, e “Perder el objeto para ganar el proceso”, também de 1984. Mas foi em sua obra seminal, “De los medios a las mediaciones”, de 1987, que ele propõe o deslocamento da “análise da comunicação para onde o sentido é produzido, ou seja, para o âmbito dos usos sociais” (JACKS; MENEZES; PIEDRAS, 2008, p. 33).

Com “De los medios a las mediaciones” (1987), Barbero criticou o “mediacentrismo” dos estudos de comunicação e propõe outra abordagem do processo. Além disso, apresenta o conceito de mediações como sendo as que produzem e reproduzem os significados sociais, e permitem compreender a interação entre a produção e a recepção, sendo que não se analisam os meios, mas onde os sentidos são produzidos. Para ele, o estudo das mediações implica superar a investigação centrada nos meios; o que se busca é entender o uso dos meios e das mensagens, ou seja, entender o contexto da audiência (JACKS; ESCOSTEGUY, 2005).

Entendendo a comunicação como práticas sociais, o autor utiliza o conceito de mediação como a categoria que liga a comunicação à cultura. As mediações são os lugares que estão entre a produção e a



recepção. Pensar a comunicação sob a perspectiva das mediações significa entender que entre a produção e a recepção há um espaço em que a cultura cotidiana se concretiza (WOTRICH, SILVA, RONSINI, 2009, p. 3).

Barbero (1997, p. 258) passou a entender que “o eixo do debate deve se deslocar dos meios para as mediações, isto é, para as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e para a pluralidade de matrizes culturais”. Assim, o autor se coloca contra a visão dualista e passa a considerar o lugar das classes populares nos estudos, e não mais sua passividade. Barbero afirma que muda a concepção que se tem dos sujeitos políticos e ocorre a redescoberta do popular, o que faz emergir, na América Latina, uma nova valorização do cultural, bem como se formam novos sujeitos e novas formas de resistência (MARTÍN-BARBERO, 1997). A comunicação, até então apresentada como uma teoria, passou a ser entendida como um processo. Assim, deixamos de pensar a comunicação a partir de disciplina e dos meios, ou seja, como uma tecnologia, mas sim, passamos a pensá-la a partir da cultura.

Com base nestas reflexões, Barbero (1997) propõe a mudança do lugar a partir do qual as perguntas são formuladas, questionando as mesmas coisas – dominação, produção e trabalho – a partir das brechas, do consumo e do prazer. Assim, propõe a análise a partir de um novo mapa, que sirva para pensar a questão cultural no interior da política e a comunicação, na cultura, bem como reconhecer a situação a partir das mediações e dos sujeitos. Assim, passa a tratar das mediações culturais da comunicação: cotidianidade familiar, temporalidade social e competência cultural.

Para tratar da mediação cotidianidade familiar, Barbero (1997, p. 293) trata da família. Segundo ele, a família, na América Latina, ainda representa para a maioria das pessoas a “situação primordial de reconhecimento”. Além de ser um local de conflitos e tensões, a cotidianidade familiar é ao mesmo tempo “um dos poucos lugares onde os indivíduos se confrontam como pessoas e onde encontram alguma possibilidade de manifestar suas ânsias e frustrações” (DURHAM, p. 209 apud MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 293)

Nesse sentido, começamos a pensar a família como um dos espaços em que ocorre a leitura e a codificação das mensagens dos meios de comunicação. Mas a mediação que a cotidianidade familiar cumpre não se restringe apenas ao discurso dos meios de comunicação, mas também trata a família como um espaço de relações estreitas e próximas (MARTÍN-BARBERO, 1997). Dizemos que “a cotidianidade é o



espaço em que as pessoas se confrontam e mostram como verdadeiramente são, através das relações sociais e da interação dos indivíduos com as instituições” (WOTRICH, SILVA, RONSINI, 2009, p. 3)

Para explicar a mediação da temporalidade social, Barbero (1997) apresenta a existência de dois tempos: o tempo que é valorizado pelo capital, que é medido a partir da forma como transcorre, e o tempo que não é feito de unidades que são contáveis, mas sim de fragmentos. O autor afirma que o tempo em que se organiza a programação televisiva (ou qualquer outro meio de comunicação) é constituído destes dois tipos de tempos e, dessa forma, “cada programa, ou melhor, cada texto televisivo remete seu sentido ao cruzamento de gêneros e tempos.” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 296). Dessa forma, “a série e os gêneros fazem agora a mediação entre o tempo do capital e o tempo da cotidianidade” (idem).

Por fim, quando trata da competência cultural, Barbero (1997) diz que um dos grandes mal-entendidos ainda vigentes é a discussão sobre a relação entre televisão e cultura. Afirma que o lugar onde o significado do massivo se faz mais explícito e desafiador é na televisão, pois é nela que o massivo promove a homogeneidade das diferenças sociais e, dessa forma, a integração ideológica entre diferentes culturas e, também, mostra que o massivo tem a presença de uma matriz cultural que produzia repulsa nas elites. Se esta tensão não fosse considerada, a TV poderia continuar a ser vista como um meio de comunicação que não discute políticas culturais, e não seria assunto de cultura, somente de comunicação. Assim, Barbero (1997) apresenta Benjamin e corrobora sua idéia de que a própria noção de cultura está sendo transformada pelo que é produzido pela TV e pela forma como ela realiza sua produção.

O mesmo pode ser pensado para o entendimento da relação entre a cultura e os demais meios de comunicação. Independente do fato de produzirem ou não cultura, este conceito é que se transforma em função da produção dos meios. E para que as pessoas entendam o sentido dos diferentes textos dos massmedia, elas devem entender o gênero no qual o texto se enquadra. É o que Barbero (1997) diz quando escreve que, da mesma forma como as pessoas vão ao cinema para ver um filme específico (humor, comédia, etc), a televisão também atua através de seus diferentes gêneros.

A partir deles, ela ativa a competência cultural e a seu modo dá conta das diferenças sociais que a atravessam. Os gêneros, que articulam narrativamente as serialidades, constituem uma mediação fundamental entre as lógicas do sistema produtivo e as do sistema de



consumo, entre a do formato e a dos modos de ler, dos usos (ibidem, p. 296).

Assim, o gênero é quem media a lógica da produção e as lógicas de uso, os quais configuram os formatos, “e nestes se ancora o reconhecimento cultural dos grupos” (ibidem, p. 301). Dessa forma, a competência cultural refere-se ao conhecimento cultural que as diferentes pessoas possuem e que interfere no momento da decodificação das mensagens dos meios de comunicação, de forma que passa a ser considerada uma mediação. Além disso, ela “diz respeito a toda vivência cultural que o indivíduo adquire ao longo da vida, não apenas através da educação formal, mas por meio das experiências adquiridas em seu cotidiano” (WOTRICH, SILVA, RONSINI, 2009, p. 4).

Entre 1987, quando trata destas mediações, e 2002/2003, quando repensa seu modelo, entendemos, assim como Ronsini (2010, p. 6) que “Barbero foi retomando as noções de mediação de forma esparsa, em várias obras”. Um exemplo é a forma como trata as mediações em seu artigo “De los medios a las practicas”, publicado em 1990, quando sugeriu que as três mediações propostas até então fossem transformadas em três dimensões – socialidade, ritualidade, tecnicidade (Martín-Barbero, 1990 apud RONSINI, 2010). Em relação às dimensões, dizemos que a sociabilidade relaciona-se com a interação social levando em contas as negociações do indivíduo com o poder e com as instituições. Já a ritualidade estaria relacionada com as rotinas do trabalho e com a produção cultural. E a tecnicidade refere-se às características do próprio meio (ESCOSTEGUY, 2001).

Depois desta proposta, Barbero repensa seu modelo novamente; ele ainda defende que o foco deve residir no entendimento das mediações e, assim, afirma que é mais necessário do que nunca manter a tensão entre “as mediações históricas que dotam os meios de sentido e alcance social e o papel de mediadores que eles possam estar desempenhando hoje” (BARBERO, 2003, p. 12).

Nesse sentido, à luz das mesmas preocupações, Barbero passa a tratar do modelo teórico das **mediações comunicativas da cultura**. Este aparecerá no livro “Ofício de Cartógrafo”, publicado em 2002 e, posteriormente, no prefácio (intitulado “Pistas para entre-ver meios e mediações”) à 5ª edição da tradução do livro “De los medios a las mediaciones”, publicado em 2003, pela Editora da UFRJ. Neste, o autor “inverte o olhar antes direcionado às mediações sociais e culturais dos meios de comunicação para olhar a cultura e as mediações a partir da comunicação” (RONSINI, 2010, p. 6).



Barbero diz que este novo mapa deve dar conta da

complejidad en las relaciones constitutivas de la comunicación en la cultura pues los medios han pasado a constituir un espacio clave de condensación e intersección de la producción y el consumo cultural, al mismo tiempo que catalizan hoy algunas de las más intensas redes de poder (MARTÍN-BARBERO, 2002a, p. 226).

Barbero passa a confrontar a visão única de que as tecnologias são a única mediação entre os povos e o mundo, quando na verdade o que elas mediam é a transformação da sociedade em mercado, bem como deste mercado em principal agenciador da mundialização (MARTÍN-BARBERO, 2002a; 2003). Isso leva a entender que é importante a análise de outras mediações socioculturais que interferem no cotidiano das pessoas e em sua relação com os diversos meios de comunicação, bem como o fato de que surgem novos atores e movimentos sociais, os quais, segundo Barbero (2002a, p. 226) “introducen nuevos sentidos de lo social y nuevos usos sociales de los medios”.

Neste momento é que o autor começa a pensar as mediações comunicativas da cultura: socialidade, ritualidade, tecnicidade e institucionalidade. Estas estão dispostas entre dois eixos: um diacrônico - que tensiona as Matrizes Culturais e os Formatos Industriais - e outro sincrônico - que tensiona as Lógicas de Produção e as Competências de Recepção e de Consumo (BARBERO, 2002a; 2003).

A socialidade, a ritualidade, a tecnicidade e a institucionalidade são as que mediam as relações existentes entre os diferentes pólos dos eixos - Matrizes Culturais, Formatos Industriais, Lógicas de Produção e Competências de Recepção e de Consumo. A socialidade media a relação entre Matrizes Culturais e Competências de Recepção e de Consumo; a ritualidade media as Competências de Recepção e de Consumo e os Formatos Industriais; a tecnicidade media os Formatos Industriais e as Lógicas de Produção; e, por fim, a institucionalidade media as Lógicas de Produção e as Matrizes Culturais (MARTÍN-BARBERO, 2002a; 2003)³.

Em 1990, Barbero já tratava das três primeiras mediações, as quais, na época, eram consideradas dimensões (socialidade, ritualidade, tecnicidade). O avanço maior nesta etapa foi o fato de Barbero (2002a; 2003) considerar a mediação institucionalidade, além de mostrar de que maneira estas mediações ligam as diferentes

³ Assim como Veneza (2010, p. 9) pensamos que “neste esquema, as mediações empíricas são lógicas da produção, matrizes culturais, competências de recepção e formatos industriais e os distintos conceitos de mediação estão a ligar objetos, lugares, processos concretos”.



instâncias (Matrizes Culturais, Formatos Industriais, Lógicas de Produção e Competências de Recepção e de Consumo) e como esse modelo pode ser útil para entender a relação existente entre a comunicação, a cultura e a política. Barbero reconheceu que “a comunicação estava mediando todos os lados e as formas da vida cultural e social dos povos. Portanto, o olhar não se invertia no sentido de ir das mediações aos meios, senão da cultura à comunicação” (MARTÍN-BARBERO, 2002a, p. 153).

Para tratar de cada um dos eixos deste modelo, concordamos com a explicação de Ronsini (2010, p. 9) que afirma que

nas lógicas da produção reside a preocupação com a organização das formas culturais em termos dos interesses de Estado e de mercado na regulação dos discursos pela técnica para atender às demandas da recepção e, ainda, com os interesses políticos e econômicos institucionalizados que incidem nas formas culturais. Em relação aos formatos industriais, observa-se um tratamento das formas simbólicas e sua transformação em discursos, gêneros e programas. Aqui, são identificadas as análises que se concentram nas características discursivas, narrativas ou textuais do produto cultural. Em se tratando das matrizes culturais, elas condensam a produção hegemônica de comunicação baseada no capital e nas transformações tecnológicas e sua cumplicidade com o imaginário subalterno. Além disso, no espaço das competências de recepção/consumo se encontram as práticas sociais que condicionam a produção de sentido.

Já para tratar de cada uma das mediações e de como buscamos analisá-las no que se refere ao estudo de recepção e consumo do Programa Malhação por jovens de classe popular e classe dominante, desenvolvemos, na sequência, um tópico específico.

As mudanças que ocorreram na história e a introdução de novas tecnologias fizeram mover as teorias. Nesse caso, Martín-Barbero está atento tanto aos meios que operam pontualmente quanto aos que estão operando transversalmente, como é o caso da internet (JACKS; MENEZES; PIEDRAS, 2008, p. 34). E por estar atento a estas mudanças, Martín Barbero avança em suas teorizações e trata, em coletânea organizada por Dênis de Moraes (2006), de três novos conceitos: tecnicidade, identidade e alteridade. Neste texto, Barbero

descreve sua preocupação com as identidades e tecnicidades no ambiente informacional difuso e descentrado, cujo novo gerente é o computador (...) Ao tratar das ligações entre identidade e tecnicidade, emerge a questão das transformações da nossa percepção do tempo pelo uso dos aparatos técnicos, ligeiramente abordada em De los



medios como temporalidade social, e da temática, recorrente ao longo de sua obra, da perda da centralidade da cultura letrada diante da cultura audiovisual (RONSINI, 2010, p. 6-7)

Já em 2009, em duas entrevistas concedidas à revista *Matrizes* (2009a) e à revista *Fapesp* (2009b), Martín-Barbero apresenta sua mais recente discussão: o **Mapa das Mutações Culturais**. Neste modelo, Barbero trata dos tempos, espaços, fluxos e migrações. Estes pólos são mediados pela tecnicidade, ritualidade (presentes no modelo anterior), cognitividade e identidade. Onde, antes, Barbero apresentava as “Lógicas de Produção”, agora, apresenta o pólo “Tempos”; onde se encontravam os “Formatos Industriais”, se encontram os “Fluxos”; onde estavam as “Competências de Recepção/Consumo”, estão os “Espaços”; e onde estavam as “Matrizes Culturais”, agora estão as “Migrações”. As mediações “tecnicidade” e “ritualidade” permanecem nos mesmos lugares, mas, neste modelo, ligam respectivamente os “Tempos” aos “Fluxos” e os “Fluxos” aos “Espaços”; Já a mediação cognitividade substitui a antiga mediação “Socialidade” e liga os “Espaços” às “Migrações”; e, por fim, a mediação “Identidade” substitui a mediação “Institucionalidade” e liga as “Migrações” aos “Tempos” (MARTÍN-BARBERO, 2009b).

Para o autor,

as mediações passam a ser transformação do tempo e transformação do espaço a partir de dois grandes eixos, ou seja, migrações populacionais e fluxos de imagens. (...) De um lado, grandes migrações de população como jamais visto (...). De outro, os fluxos virtuais, e temos que pensá-los conjuntamente. Os fluxos de imagens, a informação, vão de norte a sul, as migrações vão do sul ao norte. E há a compressão do tempo, a compressão do espaço e é aí que eu recomponho as duas mediações fundamentais hoje: a identidade e a tecnicidade (...). Saímos da visão instrumental da técnica, saímos da visão ideologista da tecnologia. A tecnicidade está no mesmo nível de identidade, coletividade (...). Ligo tecnicidade ao que está se movendo na direção da identidade. Por exemplo, a quantidade de adolescentes que inventam uma personagem para si mesmos é impressionante (MARTÍN-BARBERO, 2009b, p. 8)

Barbero afirma que, se analisarmos o mapa das mediações comunicativas da cultura ao lado deste novo mapa, temos as chaves das mudanças e das transformações ocorridas no transcorrer do tempo entre um mapa e o outro. Mesmo avançando em seus estudos, o autor não abandona a perspectiva das mediações e a concepção do poder das classes subalternas e da cultura popular. Sua luta é, acima de tudo, para demonstrar a capacidade dos receptores de serem ativos no processo de comunicação, bem como de



mostrar que diferentes mediações interferem no processo de recepção das mídias. Quais são essas mediações e como elas atuam são fatores que estarão sempre em constante mutação, afinal, nossa sociedade muda e, com ela, mudam os hábitos, os seres humanos, os modos de se aprender e de se formar a nossa própria identidade.

Mesmo tendo avançado em suas teorizações, adotaremos a perspectiva das mediações comunicativas da cultura de Barberbo para promover a análise da recepção do Programa Malhação. A respeito disso, trataremos a seguir.

2. As mediações comunicativas da cultura e a recepção de Malhação

O estudo de recepção de Malhação terá como aporte teórico-metodológico a perspectiva das mediações comunicativas da cultura. A análise será fundamentada nas mediações da socialidade, da ritualidade, da institucionalidade e da tecnicidade propostas por Jesús Martín-Barbero (2002a; 2003). Cada uma destas mediações será analisada, porém, será dada maior importância à Socialidade e à Ritualidade, tendo em vista que estas se configuram no âmbito da recepção e serão analisadas através do entendimento da recepção da *soap opera*, por parte dos jovens, através da TV e da Internet. As outras duas (Tecnicidade e Institucionalidade) configuram-se no nível da produção de Malhação e serão, ainda que brevemente, analisadas, tendo em vista que o entendimento da produção auxilia no estudo da recepção do produto.

Tendo em vista que o estudo versa sobre o consumo e a recepção do Programa Malhação, por parte de jovens de classe popular e classe dominante, através de múltiplas plataformas (TV e Internet), partimos do princípio que o discurso sobre Malhação tem origem na trama do programa televisivo (sendo este, a partir da recepção, apropriado, negociado, reproduzido no cotidiano dos jovens), e que é a partir desta narrativa que se constroem os valores circulantes na Internet. Assim, entendemos que a primeira parte da pesquisa do consumo refere-se à análise da recepção de Malhação na tevê. Mas, igualmente importante, se faz o estudo do produto na internet, bem como a análise da recepção por parte do jovem através deste meio.

Neste sentido, o contexto cotidiano será o espaço privilegiado da investigação, uma vez que o objetivo da pesquisa é analisar a construção e apropriação de valores juvenis a partir do discurso de Malhação em múltiplas plataformas, tendo como base as mediações da socialidade, da institucionalidade, da ritualidade e da tecnicidade que possibilitam pensar as relações instituídas entre comunicação e cultura.



Assim, entendemos que a socialidade (ou sociabilidade) é a “trama de relaciones cotidianas que tejen los hombres al juntarse y en la que anclan los procesos primarios de interpelación y constitución de los sujetos y las identidades” (BARBERO, 2002a, p. 227). Ronsini (2010) também afirma que a socialidade está relacionada às relações do cotidiano (ao fato de se pertencer a uma determinada classe social e tendo em vista a função de determinadas instituições como a família e a escola, no momento em que estas também oferecem valores ao sujeito, os quais concorrem com os valores ofertados pela mídia), bem como com a formação identitária e aos modos de ser dos indivíduos. Assim, “a socialidade ou sociabilidade concerne às relações sociais, ao indivíduo/sujeito e seus múltiplos pertencimentos identitários com base em referentes individuais, de gênero, etnia e geração que são estruturados a partir de uma posição de classe” (ibidem, p. 13).

Nesse sentido, a socialidade permite a observação da construção da identidade juvenil a partir da vida cotidiana, sendo observadas especificamente a família, a escola e os grupos de amigos (onde são desenvolvidas as sensibilidades, subjetividades e valores). Na pesquisa em andamento, buscamos apresentar o perfil dos jovens entrevistados, bem como suas relações com a família, amigos, escola, trabalho e relações afetivas – categorias previamente determinadas tendo em vista a importância de cada uma delas, o que foi verificado através da bibliografia encontrada sobre o assunto.

Além disso, analisamos a representação que os entrevistados fazem das relações de classe social, a partir de sua relação com a sociedade e com a vida cotidiana, bem como a partir da assistência que os mesmos fazem do Programa Malhação na TV e na Internet. Buscamos, assim, verificar como o jovem se apropria do discurso vigente em Malhação e se identifica com o mesmo, de forma que isso transpareça em seu cotidiano, na sua relação com a família, os amigos, a escola, o trabalho e nas relações afetivas, e, dessa forma, na formação de sua identidade.

Em relação à ritualidade, Barbero (2002a) diz que esta põe regras no jogo da significação, pois introduz um mínimo de gramaticalidade para que o sentido possa ser expresso e para que se componha. Tratamos a ritualidade como sendo os modos de leitura do meio de comunicação, nesse caso, o modo como o sujeito assiste TV e se relaciona com ela. Esta mediação “regula a interação entre os espaços e tempos da vida cotidiana e os espaços e tempos concebidos pelos meios, através das práticas de recepção constituídas pelo olhar, pela escuta escutar e pela leitura” (JACKS; MENEZES; PIEDRAS, 2008, p. 37). Ainda, dizemos que a ritualidade refere-se “à



forma como o produto midiático é consumido, dando conta dos diferentes usos sociais que os receptores fazem dos meios e dos seus diversos trajetos de leitura” (WOTRICH, SILVA, RONSINI, 2009, p. 4). Assim, esta mediação se constitui pela interação cotidiana entre audiência e meios, direcionando o olhar aos modos como o sentido é compartilhado e apreendido através das práticas de recepção (ibidem, p. 5).

Neste caso, será observada através das técnicas etnográficas no ambiente doméstico e no ambiente online. Buscamos apresentar a descrição dos espaços e dos modos de ver e ler o Programa no cotidiano dos jovens, bem como as leituras da *soap opera* feitas pelos entrevistados, no que diz respeito à recepção de Malhação através da TV e do consumo através da Internet. Assim, importa descrever o modo como os jovens assistem Malhação na TV, no que se refere aos costumes, bem como ao local em que assistem, a companhia que escolhem para dividir o momento da assistência, as conversas geradas durante a recepção do Programa, entre outros detalhes que dizem respeito à mediação ritualidade. No que se refere à recepção da *soap opera* na Internet, também buscamos descrever a forma como os jovens se relacionam com esse meio, através de detalhes como o momento em que recorrem a este meio, como o fazem, na companhia de quem, entre outros.

Já em relação à institucionalidade, Barbero (2002a, p. 229) afirma que esta “atraviesa la comunicación convirtiéndola em urdimbre de la civilidad”. Mas esta institucionalidade se referiria a duas ordens contrapostas: a que configura os meios de comunicação como um serviço público, e aquela que diz que eles possuem livre comércio, ou seja, o regime de mercado que converte a liberdade de expressão em comércio. A institucionalidade passa a dar conta do âmbito dos meios, ou seja, “dos discursos políticos, carregados de interesses e poderes contraditórios, mas que tendem à homogeneidade” (JACKS; MENEZES; PIEDRAS, 2008, p. 35).

Entendemos que a institucionalidade é que organiza, por exemplo, o discurso da Rede Globo e, especificamente, do Programa Malhação, assim como o fazem outras emissoras e outros programas, de forma que os discursos possam ser os mesmos, mas se diferem em função do modo como são apresentados. Por isso, a análise da institucionalidade refere-se ao exame de aspectos da produção de Malhação, no que diz respeito ao seu conteúdo veiculado na TV e aquele circulante na Internet. Esses aspectos referem-se à Rede Globo enquanto produtora do Programa, bem como à descrição dos autores da *soap opera*, além da verificação de sinopses, da análise dos personagens e, também, do conteúdo produzido por Malhação exibido na TV e na internet. Todos estes aspectos devem ser analisados a fim de que seja possível destacar detalhes que justifiquem ou,



pelo menos, expliquem a representação de juventude apresentada por Malhação enquanto um produto midiático, bem como a representação que o mesmo faz das relações de classe social. A análise da institucionalidade permite, assim, entender melhor a produção do Programa e, dessa forma, compreender de maneira mais qualificada aspectos da recepção da *soap opera* junto ao público jovem.

Já em relação à tecnicidade, Barbero (2002a; 2003) afirma que esta não nos remete somente aos novos meios, mas também às novas práticas. Nesse sentido, a tecnicidade se refere a uma transformação material em discurso percebida, por exemplo, no modo de mobilizar a câmera, no som, na música, no texto, no cenário, no figurino, entre outros modos de produzir um discurso através dos meios de comunicação, por exemplo, o discurso da televisão e do Programa Malhação, o qual é influenciado pelo avanço das novas tecnologias. Assim, a tecnicidade não é só discurso, é o modo de organizar a sociedade por meio da técnica. Dizemos que a tecnicidade remete-se “à construção de novas práticas através das diferentes linguagens dos meios. Ela aponta para os modos como a tecnologia vai moldar a cultura” (WOTRICH, SILVA, RONSINI, 2009, p. 4). Ainda, corroboramos a idéia de Ronsini (2010, p. 9) quando diz que “pensar em termos de tecnicidade significa um esforço em compreender a complexidade dos discursos (das relações de poder e do contexto histórico que os constituem)”.

Por isso, dizemos que a tecnicidade possibilitará analisar como são produzidos os discursos de classe no Programa Malhação (tanto na TV, quanto na internet), bem como a forma com que a identidade e a representação social do jovem é apresentada na *soap opera*, auxiliando a compreender como o discurso e as representações que estas plataformas fazem da juventude interferem na sua definição e na formação da identidade juvenil. Além disso, buscamos analisar a forma como o Malhação trabalha as relações dos jovens com a família, os amigos, a escola, o trabalho e as relações afetivas, a fim de verificar se e como o discurso presente nas plataformas de Malhação interfere na representação social do jovem e na formação de sua identidade, no que diz respeito a estas categorias analisadas.

Tendo em vista o modelo das mediações, entendemos que a construção da identidade juvenil será observada a partir de aspectos da vida cotidiana e da interação entre audiência e meios. Assim sendo, as opções metodológicas devem abarcar procedimentos que permitam observar os sujeitos e suas práticas cotidianas, a fim de apreender a produção de sentidos e sensibilidades. Este olhar aproximado e aguçado para a percepção de detalhes, de fragilidades e contradições que constroem sujeitos e seus modos de relacionar-se consigo e com o mundo



nos indicam a aplicação da etnografia⁴ além das entrevistas em profundidade como metodologias mais adequadas ao estudo da recepção da *soap opera*.

No que diz respeito à observação das produções de sentido provenientes dos discursos sobre o Programa circulantes na Internet, entende-se que se trata de um estudo de consumo e, para tal análise, adota-se o método da netnografia. Ponderando as alternativas de observar a interação destes sujeitos com a Internet a partir de ambientes distintos (*online* e *offline*) levamos em conta dois aspectos. O primeiro diz respeito à possibilidade de muitas interações não deixarem “rastros” virtuais. Isto porque mesmo em ambientes que propiciem a interatividade ativa ou criativa o usuário pode ter uma postura passiva (o que não indica, em absoluto, que não haja apropriação e negociação de sentidos). A ausência de registros do usuário ocorridos por uma interação passiva, contudo, não permitem que suas produções de sentido sejam observadas online, necessitando de uma etnografia tradicional.

Outra ponderação quanto à definição do ambiente (*online* ou *offline*) para este segundo momento da pesquisa se constitui de dois argumentos: a) o contato presencial com estes sujeitos já será estabelecido a partir dos procedimentos necessários para o estudo de recepção do Programa televisivo (etnografia da recepção e entrevistas em profundidade); b) presencialmente torna-se possível ao pesquisador uma visão mais sensível e um contato mais aproximado com estes sujeitos. Desta forma, justifica-se a proposta de realizar uma etnografia da recepção (ou do consumo), sendo esta uma experimentação metodológica no que diz respeito ao estudo com a plataforma *web*, uma vez que se trata de uma combinação entre netnografia⁵ e etnografia presencial.

Assim, vamos observar presencialmente, através de procedimentos etnográficos, o sujeito em interação com a Internet. Neste contexto, mapeando seus usos, observando seus interesses, seus hábitos de consumo e suas interações com outros usuários, buscaremos perceber como se dá a apropriação de valores e a construção de identidade através deste processo comunicacional. Neste sentido, é prudente considerar que a interação com a plataforma *web* e, conseqüentemente, a apropriação e re-significação de valores

⁴ Incluindo-se, neste contexto, suas práticas específicas: diário de campo, observação participante, entrevistas informais, registro visual.

⁵ Para Amaral; Natal e Viana (2008, p. 38) a netnografia mantém as premissas básicas da tradição etnográfica, conforme proposto pelo antropólogo Clifford Geertz: manter o estranhamento, considerar a subjetividade do pesquisador; observar os dados resultantes como interpretações e ainda considerar o relato etnográfico constituído de textualidades múltiplas. As autoras alertam, contudo, para a necessidade de incluir entre os procedimentos específicos da netnografia o estabelecimento de critérios de confiabilidade frente à filtragem dos informantes no ambiente virtual para que se analise questões contextualizadas em seu objeto.



provenientes do discurso sobre Malhação circulantes na Internet, podem se dar a partir de outros percursos e de outras formas que não somente aquelas visíveis ao pesquisador na observação presencial. Em função disso, temos a intenção de complementar a análise através da ferramenta da netnografia.

Considerações Finais

O que se buscou, no presente texto, foi desenvolver teoricamente as perspectivas das mediações a partir do autor Jesús Martín-Barbero, tendo em vistas seus diversos estudos. A partir disso, pudemos pensar quais as mediações desenvolvidas por Barbero são viáveis de serem analisadas como base teórica da pesquisa empírica de recepção e de consumo do Programa Malhação.

Nesse sentido, escolhemos o modelo das mediações comunicativas da cultura. Assim como Wotrich, Silva e Ronsini (2009), acreditamos que os modelos propostos por Jesús Martín-Barbero são muito ambiciosos, sendo que só podem ser aplicados em sua totalidade com uma equipe de pesquisadores que possa dar conta de todo o circuito de comunicação, da produção à recepção. Por isso que, em nosso estudo daremos maior importância para a análise das mediações Socialidade e Ritualidade, que se encontram no nível da recepção do Programa, e menor importância para a Técnica e a Institucionalidade, que se referem a aspectos da produção de Malhação. Na sequência deste ensaio, buscamos definir como cada categoria será analisada e, em função disso, definimos a etnografia e a netnografia como as metodologias a serem utilizadas na pesquisa de campo.

Acreditamos que o presente estudo foi um avanço em nossa pesquisa, tendo em vista que procuramos pensar as mediações à luz de nosso objeto de estudo (os jovens e sua relação com o Programa Malhação). A partir de agora, buscamos dar início ao estudo de campo e colocar em prática a análise das mediações da forma como descrevemos neste ensaio.

REFERÊNCIAS

AMARAL, A., NATAL, G., VIANA, L. (2008). **Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital**. Revista Sessões do Imaginário, Porto Alegre, ed. 20, dez.2008.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Cartografias dos estudos culturais: uma versão latino-americana**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.



JACKS, Nilda; ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Comunicação e Recepção**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

JACKS, Nilda (coord); MENEZES, Daiane; PIEDRAS, Elisa. **Meios e audiências: a emergência dos estudos de recepção no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **De los medios a las mediaciones**: comunicación, cultura y hegemonía. Barcelona: Gustavo Gili, 1987.

_____. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

_____. Pistas para entre-ver meios e mediações. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003. Prefácio à 5ª edição castelhana incluída na reimpressão.

_____. **Oficio de cartógrafo**. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura. Santiago de Chile: Fondo de Cultura Económica, 2002a.

_____. Prefácio. In: LOPES, Maria Immacolata Vassalo de; BORELLI, Silvia Helena Simões; RESENDE, Vera da Rocha. **Vivendo com a telenovela**: mediações, recepção, teleficcionalidade. São Paulo: Summus, 2002b.

_____. **Uma aventura epistemológica**. Entrevista a Maria Immacolata Vassalo de Lopes. **Matrizes**, ano 2, n. 2, 2009a.

_____. **As formas mestiças da mídia**. Pesquisador fez da América Latina laboratório de uma original teoria da comunicação no mundo globalizado. Entrevista a Mariluce Moura. Pesquisa Fapesp, 2009b.

_____. **Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século**. In: MORAES, Dênis (org.). Sociedade midiaticizada. Rio de Janeiro: Mauad, 2006, p. 51-79.

RONSINI, Veneza Veloso Mayora. **A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero (ou como sujar as mãos na cozinha da pesquisa empírica de recepção)**. In: XIX Encontro da Compós. Rio de Janeiro/RJ: PUC-RJ, 2010.

WOTRICH, Laura, SILVA, Renata C. da; RONSINI, Veneza M. **A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero no estudo de recepção da telenovela**. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009, Curitiba, PR. Anais eletrônicos XXXII Intercom. Curitiba: Universidade Positivo, 2009.