

OS ESTUDOS CULTURAIS E AS AUDIÊNCIAS: O BRASIL EM FOCO. Mariana Teixeira Pires, Cristina Vanuzzi, Pedro Henriques Reis, Ana Carolina D. Escosteguy, (FAMECOS, PUCRS).

A temática deste projeto de pesquisa está inserida no âmbito dos Estudos Culturais. O primeiro recorte que se efetua dentro desse campo diz respeito a intersecção entre os Estudos de Comunicação e os Estudos Culturais; e o segundo, trata da abordagem dos estudos de audiência ou da pesquisa de recepção. A problemática da recepção, tratada à luz das contribuições dos Estudos Culturais, está vinculada a um quadro amplo de relações sociais e culturais, isto é, abrange o estudo de diferentes mediações que estão além da exposição imediata e uso dos *media*. Nesta etapa, o projeto privilegia a análise do desenvolvimento de tal vertente de pesquisa no contexto nacional e na pesquisa acadêmica produzida em programas de pós-graduação em comunicação (dissertações e teses), na década de 90. Pode-se dizer que entre os resultados parciais obtidos está a idéia de que a tematização da recepção, seu debate entre os pesquisadores da área e divulgação no meio acadêmico, no Brasil, ainda é fraca se comparada a produção de pesquisa, presença do tema nos periódicos especializados e congressos, por exemplo, no meio acadêmico britânico ou mesmo norte-americano. Entretanto, a década de 90 revelou um crescimento da pesquisa acadêmica nessa área. Em relação aos estudos analisados, pode-se observar que eles se detêm na pesquisa empírica e qualitativa da audiência e, em especial, da televisão. De um total de 51 pesquisas, 24 podem ser associadas às metodologias qualitativas comumente adotadas pelos Estudos Culturais (entrevistas em profundidade, histórias de vida, etnografia, entre outras); cinco são pesquisas teóricas sobre recepção; as demais abordam a audiência através da perspectiva dos efeitos, das influências geradas nos comportamentos, das reações dos consumidores, elaboram survey de hábitos de receptores, entre outras abordagens. O embrião do enfoque que, mais tarde, vai desembocar na pesquisa de recepção, foi constituído por estudos de caráter teórico e metodológico variado, muitos deles realizados fora do campo acadêmico da comunicação. A partir dos 80 se acentua a produção desse tipo de estudo que expressa uma articulação da recepção com o âmbito mais amplo da cultura. Tais trabalhos sinalizam uma busca de alternativas teóricas diferenciadas, revelando proximidades com os Estudos Culturais, mesmo que não formalizadas. Foi fundamentalmente através da publicação e disseminação das idéias de Martín-Barbero propostas em *De los medios a las mediaciones* (1987) que os estudos de recepção latino-americanos desenvolveram uma abordagem onde estão envolvidas distintas mediações sociais e culturais que vinculam a recepção mediática às relações com a vida social. Desse modo, a temática da recepção se vincula, mas não se resume à relação com os *media*, construindo uma posição muito mais contextualista. Entretanto, no Brasil, até a segunda metade dos anos 80, é quase inexistente a presença da reflexão barberiana na fecundação de estudos de recepção, dada a dificuldade de circulação desses textos. É, então, somente nos anos 90 que se pode observar o reconhecimento pela comunidade acadêmica brasileira da contribuição da perspectiva das *mediações*, viabilizando, por sua vez, o debate em torno das contribuições dos Estudos Culturais. Em recente levantamento nacional da produção acadêmica da década de 90 sobre recepção, é possível observar que das 51 dissertações e teses identificadas com essa preocupação, 24 pesquisas associam-se à perspectiva de estudo da recepção no âmbito da cultura. No entanto, apenas uma delas formaliza sua ligação com os Estudos Culturais. Desse conjunto, 12 pesquisas vinculam-se às formulações de Martín-Barbero, sendo que nove propõem uma articulação entre as propostas teóricas desse autor e o modelo metodológico construído por Guillermo Orozco Gómez. Na próxima etapa, pretende-se analisar as consequências da incorporação do modelo das múltiplas mediações, proposto por Orozco, na implementação da pesquisa empírica de recepção.