

A Tradição dos Estudos Culturais na Perspectiva das Contribuições Latino-americanas

Ana Carolina Rocha Pessôa Temer

Docente do PPG da Faculdade de Informação e Comunicação – FIC-UFG. Doutora e Mestre em Comunicação Social pela UMESP. Diretora Regional Centro Oeste da Intercom. Coordenadora do GT Estudos de Periodismo da ALAIC. Publicações: Para entender as Teorias da Comunicação (2013) e A televisão em busca da interatividade (2009). E-mail: anacarolina.temer@gmail.com

Marcia Perencin Tondato

Docente do PPGCom-ESPM. Doutora em Comunicação pela ECA-USP (2004), Mestre em Comunicação pela UMESP (1998). Pesquisadora do OBITEL. Membro da Rede CRICC - South African Critical Research in Consumer Culture Network. Publicações: A telenovela nas relações de Comunicação e Consumo (org.) (2013); Mulheres do Sol e da Lua (2012); A televisão em busca da interatividade (2009). Pós-doutoranda na UnB. Email: mtondato@espm.br

Resumo: este artigo é uma reflexão sobre os vínculos dos Estudos Culturais com abordagens dos estudos sobre mídia massiva na América Latina, cuja base está na percepção sobre como as mídias articulam conteúdo e recepção por meio de uma estrutura técnica-tecnológica que atravessa a imaterialidade daqueles conteúdos, e que interferem na questão da cultura e nas relações entre o homem e seu ambiente social. Trata-se de um olhar sobre a importância dos Estudos Culturais e do conceito de Cultura nos estudos comunicacionais sobre uma sociedade caracterizada pelo uso intensivo da tecnologia que amplia e acelera a circulação de informações sem, entretanto, promover grandes avanços de inclusão social e cultural. Fazemos uma retrospectiva da origem dos Estudos Culturais conforme foi apreendida na região na interface com as contribuições do estudo das Mediações de Martín-Barbero e a Folkcomunicação.

Palavras-chave: Estudos Culturais; Martín-Barbero; Folkcomunicação; Cultura.

Title: The Tradition of Cultural Studies from the Perspective of the Latin American Contributions

Abstract: this article brings a discussion on Birmingham Cultural Studies as an approaching to the mass media studies in the Latin America, based on the perception of how media articulate content and reception through a technological-technical structure that crosses the immateriality of such contents, and that interferes in culture and in the relations between man/woman and his/her social environment. Here we present a view on the importance of the Cultural Studies as well as the concept of Culture in the communication studies about a society characterized by the intensive use of technology that enlarges and accelerates information circulation, however, without promoting great advancement of social and cultural inclusion. We do a retrospect on the origin of the Cultural Studies as they were apprehended in the region in the interface with the mediations theory by Martín-Barbero as well as the Folk Communication approach.

Keywords: Cultural Studies; Martín-Barbero; Folk Communication; Culture.

Introdução

Ainda que tenha despertado a atenção dos estudiosos desde a Grécia Clássica, os estudos da comunicação ainda suscitam problematizações complexas, sobretudo ligadas aos aspectos materiais e imateriais, ou ainda à compreensão de que mesmo nascendo da percepção humana, da capacidade imaterial de articular signos, uma ação só se concretiza por meio de um suporte material, ou seja, a partir de delineamentos e contextos socioculturais únicos, que determinam

não apenas a sua apreensão, mas também o olhar lançado para a compreensão científico-acadêmica dos processos comunicativos.

Comunicação, nessa perspectiva problematizadora, é uma atividade sensorial que se desenvolve a partir da coleta de informações de diferentes partes do ambiente, e diferentes partes do corpo, ocorrendo o restabelecimento desta informação na forma de representações que possam ser percebidas no mundo físico de outro/outros indivíduo(s), que reprocessam/re-significam a mesma e, a partir disso, reagem intelectual ou fisicamente.

Os estudos da comunicação têm como objeto teórico a própria comunicação – conceito desenvolvido no interior desses estudos em um processo que, sendo auto-referente¹, também é dinâmico, pois sofre um deslocamento espaço-tempo. Por estar ao mesmo tempo no mundo das ideias e no mundo físico, delimitar os limites da comunicação, enquanto um domínio ou campo de um conhecimento ou mesmo enquanto objeto de estudo acadêmico, envolve algumas considerações.

¹Também a sociologia, cujo objeto é o social, a sociedade, é auto-referenciada, uma vez que foi a própria sociologia que definiu o conceito de sociedade.

Desta forma, embora os estudos sobre a comunicação (ou sobre os processos comunicativos) estejam relacionados com a Filosofia e a Sociologia, além de ligações conceituais e metodológicas com a Antropologia e a Psicologia, seu caráter ao mesmo tempo fluido e real e a origem interdisciplinar dos primeiros estudos sobre a questão implicou em uma dispersão cognitiva que possibilitou diferentes caminhos de desenvolvimento.

De fato, se considerarmos os estudos fundadores desta área na modernidade, cujo marco foi os trabalhos pioneiros da Escola de Chicago no início do século XX, a preocupação com a centralidade que as mídias têm assumido nas relações sociais, uma situação à qual atualmente soma-se a presença dos meios digitais e das redes sociais, tem sido analisada a partir de diferentes olhares.

Não é surpreendente, portanto, que diferentes grupos de pensadores, a partir do contexto socioeconômico em que os processos de comunicação, únicos em si mesmos se desenvolveram, tenham criado seus próprios estatutos e definições de comunicação, suas *Teorias da comunicação*, delineando, de acordo com uma fundamentação teórica oportuna, uma epistemologia própria.

Na realidade brasileira, em que o próprio surgimento da imprensa (e, conseqüentemente, dos meios de comunicação) foi intencionalmente retardado pelas posturas políticas coloniais adotadas pelo colonizador português, também o Estudo sobre a Comunicação cresce e toma forma anos depois do seu desenvolvimento nos Estados Unidos e Europa. Logo, os pesquisadores que se iniciaram nesta área cedo tomaram conhecimento de abordagens diferenciadas, escolas, linhas de pensamento e saberes diversos, constituídos por conceitos e visões de mundo homogêneas. Ocorre que estes pesquisadores não eram depositários vazios de conhecimento e, além de utilizarem os conceitos fundamentais das escolas ou linhas de pensamento longe da realidade em que foi desenvolvida, criando novas interpretações e conceitos em relação a estas escolas, eventualmente a elas acrescentaram sua própria percepção da comunicação, não raro criando uma “corrente alternativa” para estes estudos.

Nesse processo foram fundamentais também as condições estruturais do continente “abaixo do Rio Grande”, a relação desigual do acesso ao trabalho e da obtenção de renda, a resistência (muitas vezes silenciosa) das culturas nativas e/ou marginais, e da necessidade de transformar indivíduos não inseridos nos processos produtivos capitalistas em trabalhadores e consumidores.

É a partir desta percepção que os estudos centrados na questão da cultura ganham força na América Latina e no Brasil, voltados para a percepção de que a cultura não existe na sua forma singular, pois se trata de uma realidade múltipla,

na qual conhecimentos e valores sobrepõem-se e se entrelaçam, exigindo um olhar diferenciado para a sua compreensão. Um olhar cuja adoção se deu a partir aspectos específicos, que devem ser analisados não só de forma comparativa ao próprio desenvolvimento dos Estudos Culturais em outras localidades, mas também com mais especificidade e aprofundamento.

Estudos Culturais – histórico e características

A centralidade do receptor como construtor do sentido da mensagem nunca foi completamente aceita nos primeiros estudos sobre comunicação de massa, uma questão delineada nas abordagens iniciais do que hoje chamamos Escola de Chicago, mas que foi colocada em segundo plano nos estudos desenvolvidos na América do Norte na primeira metade do século XX. Curiosamente, como um reverso da mesma moeda, também os frankfurtianos adotaram uma posição de desprezo pela capacidade crítica do receptor em selecionar e reelaborar o conteúdo dos meios massivos.

A centralidade do receptor como construtor do sentido só se torna um tema central a partir da década de 1960, no *Centre of Cultural Contemporary Studies*, ligado à Universidade de Birmingham. Estes estudos delimitaram um novo paradigma de pesquisa que, ao mesmo tempo em que revia as posições críticas frankfurtianas e a perspectiva estruturalista dos estudos franceses, se opunha ao paradigma funcionalista norte americano. Desta forma:

os Estudos Culturais surgem como consequência do esforço de alguns investigadores ingleses em romper com a perspectiva behaviorista característica da Sociologia da Comunicação, que vê a influência dos meios como um mecanismo de estímulo e resposta. Eles recusam tanto uma concepção da audiência como passiva e indiferenciada quanto a noção de que os textos midiáticos são portadores de um sentido transparente. (GOMES, 2007: 167)

Os Estudos Culturais buscaram nos autores neomarxistas a noção de que a cultura não é diretamente dependente das relações econômicas, mas influenciada por elas, entendendo que a Comunicação tem um sentido ideológico compreensível somente por meio do estudo dos receptores. Uma nova abordagem que teve como aspecto inicial a constatação de alteração dos valores tradicionais da classe operária inglesa, e que tinha como objetivo confesso estudar a relação entre a sociedade e as mudanças sociais, observando as atividades práticas e as instituições culturais de indivíduos e grupos sociais e suas relações com a sociedade e a transformação da cultura.

As bases teóricas da perspectiva marxista dos Estudos Culturais têm como princípio a valorização de aspectos históricos, recorrendo aos conceitos de autores neomarxistas (Louis Althusser, Pierre Bourdieu, Mikhail Bakhtin, Jean Paul Sartre, Lucien Goldman e Antonio Gramsci, entre outros). A partir desta base, se fundamentam na tese de que o desenvolvimento do capitalismo e o esquema industrial de produção de bens culturais são fatores que têm um efeito pernicioso sobre as formas culturais tradicionais, seja a cultura acadêmica ou da elite, seja a cultura popular.

Uma vez que o desenvolvimento do capitalismo e o esquema industrial de produção de bens culturais têm este efeito, o ponto fundamental dos Estudos Culturais é o estudo da cultura “própria da sociedade contemporânea”, caracterizada pela produção industrial, distinguindo os aspectos da vida social e cultural mais relevantes e a relação entre consumidor e objeto de consumo, além das maneiras como os diferentes grupos reagem às “intervenções” da cultura dominante. Isso visto como “um campo de análise conceptual relevante, pertinente e teoricamente fundamentado”, preocupado com “as relações entre linguagem e ideologia” (WOLF, 1987: 94).

Assim, os Estudos Culturais partem da análise sobre “como os sujeitos empíricos negociavam os sentidos ideológicos das mensagens e resistiam aos seus apelos” (GOMES, 2007: 196), entendendo os meios como elementos ativos da estrutura social, e buscando compreender o papel dos produtos culturais industrializados na construção da identidade, além de serem os meios de comunicação de massa elementos ativos da estrutura social, que só podem ser interpretados por meio de estudos sobre seus efeitos no público. Nos estudos ligados especificamente à questão da comunicação cresce o interesse pela reflexão sobre o papel dos meios de comunicação na construção da identidade - do grupo, do gênero², da nação, da comunidade ou do indivíduo - e o uso de produtos (inclusive produtos culturais) nas diferentes etapas dessa sua construção.

²Gênero aqui entendido no sentido sociológico e ligado a questão da identidade sexual: o masculino, o feminino, grupos homossexuais, travestis, etc.

A partir disso foram desenvolvidos trabalhos sobre a produção dos meios de comunicação dentro de um sistema complexo de práticas dominantes para a elaboração da cultura e da imagem da realidade social, e estudos sobre o consumo da comunicação de massa enquanto espaço de negociação, lugar de práticas diferenciadas, afirmando a condição do receptor como sujeito ativo. Nesta perspectiva, são desenvolvidos principalmente estudos de recepção com bases etnográficas – etnografias de audiência e etnografias da produção da mídia – com as descobertas analisadas no contexto de mudanças nas estruturas internacionais de mídia e nas culturas cotidianas que a mídia ajuda a nutrir (DROTNER, 1997: 185).

No âmbito da audiência, grupos minoritários são o principal objeto empírico desta linha de estudo, focalizando de forma mais radical a questão da capacidade de ação/reação dos grupos sociais a partir da década de 1990. Também são objeto de estudo as relações de poder dentro do espaço doméstico e os processos que determinam tomadas de decisão e a questão da absorção das novas tecnologias pelos diferentes grupos étnicos e sociais. No âmbito conceitual, os aportes têm origem em áreas diversas: *media studies*, teorias da linguagem, subjetividade, literatura, e sociedade, entre outras. A eleição da etnografia para o estudo dos fenômenos de interesse, entretanto, é absorvida de forma diferente pelos pesquisadores, com posições de negação total até defesas apontando que o importante “é responder as questões de pesquisa”. Junto aos mais resistentes encontramos posições argumentando que “o que fazem em comunicação não é etnografia”.

O argumento central dos “opositores” pode ser sintetizado no que Durham (1997: 26) diz sobre a intensificação da participação dos investigadores que reduz a pesquisa à denúncia e transforma o pesquisador em porta-voz do grupo e, como consequência, elimina um dos aspectos importantes da pesquisa participante, que é o estranhamento como forma de compreender o outro. Os questionamentos fundamentam-se também na fragilidade dos “compromissos teóricos que cada método supõe”, e no indisfarçado pragmatismo (eventualmente confundido com politização) que faz com que o interesse dos estudos concentre-se na relevância do tema estudado e na forma como o investigador nele se engaja, sendo “o critério para avaliar as pesquisas principalmente sua capacidade de fotografar a realidade vivida” (CARDOSO, 1997: 95).

O uso da etnografia e de métodos qualitativos é apontado como um avanço teórico-metodológico, pois permite articular categorias de análise identificadas teoricamente, ligando o espaço empírico entre texto e audiência. (GOMES, 2007; DROTNER, 1997): “os etnógrafos de mídia situam suas análises dentro de uma estrutura mais ampla das vidas cotidianas”, enquanto “os pesquisadores de recepção se concentram em uma situação imediata de decodificação” (DROTNER, 1997: 175). Diferenciação a que se refere Gomes (2007: 169) quando critica os procedimentos dos estudos de recepção que percebe na pesquisa empírica qualitativa de audiência modos de se conhecer a audiência, e não uma capacidade real de compreender os processos receptivos.

Na prática, podemos dizer que os procedimentos identificados por Drotner (1997: 175) junto à “maioria dos etnógrafos de mídia anglo-americanos” se repete no

contexto brasileiro, ou seja, “fazem observação participante por um curto período de tempo e regularmente combinam isto com entrevistas em profundidade e possivelmente diários mantidos pelos informantes”.

Tendo em vista que a base analítica de abordagem para compreensão do processo comunicacional deve possibilitar responder sobre a construção do significado: pelos produtores, pelo texto ou pela audiência, tendo definido como contexto analítico a situação real de decodificação ou suas ramificações mais abrangentes, a pesquisadora dinamarquesa salienta que “os estudos etnográficos de mídia devem ser uma alternativa epistemológica a outras formas de estudos qualitativos e não sua extensão” (DROTNER, 1997: 175). Tal abordagem deve ter como “ponto de partida analítico um grupo específico de pessoas, não um tipo específico de meio”. Como grupo são definidos os usuários de mídia, tanto como receptores quanto como produtores de comunicação mediada que devem ser acompanhados a diferentes lugares por um período de tempo que permita “a desnaturalização dos preconceitos e seu enquadramento em novos padrões culturais” (DROTNER, 1997: 176).

Um conceito de Cultura

Cultura e Comunicação são fenômenos indissociáveis e complexos, a cultura é vista como um sistema de comunicação, enquanto a comunicação é um processo no qual aquela encontra terreno para seu desenvolvimento. A análise envolve a distinção entre a estrutura social e a superestrutura ideológica e política. Tal concepção prevê a análise cultural como o estudo das formas simbólicas como ações, objetos e expressões significativas de vários tipos e em relação a contextos e processos historicamente específicos e socialmente estruturados dentro dos quais, e por meio dos quais, são produzidas, transmitidas e recebidas essas formas simbólicas. Relações assimétricas de poder, acesso diferenciado a recursos e oportunidades e mecanismos institucionalizados de produção, transmissão e recepção constituem-se, neste caso, os aspectos estruturantes destes contextos e processos.

Os estudos desenvolvidos a partir disso têm como conceito básico a função ideológica da mídia – como aparelho de difusão - cujo objetivo é a reprodução da ordem social dominante. Na grande estrutura social, a imprensa e as empresas de comunicação de massa em geral são meios eficientes de difusão ideológica, pois são rápidas, têm amplo raio de ação e têm potencial de impactos emotivos muito maiores que os possíveis por processos utilizados anteriormente (GRAMSCI, 2001).

Usando conceitos como o de hegemonia, os pesquisadores que trabalham a partir do paradigma Culturológico ou Culturalista³, também se aproximaram da Antropologia Cultural e da Análise Estrutural, que são usadas para entender como a cultura de massa interfere nas estruturas sociais e na vida social e doméstica de grupos e indivíduos. Estes estudos pretendem entender a influência dos meios de comunicação em um âmbito sócio antropológico mais abrangente, incluindo a dimensão da cultura. Desse ponto de vista, as mensagens dos meios de comunicação de massa adquirem diferentes significados a partir da subjetividade dos diferentes grupos sociais.

Uma vez que no conceito de Cultura estão englobados quer os significados e os valores, quer as práticas efetivas através das quais esses valores se manifestam, a cultura de massa não pode ser reduzida a um ou a alguns dados essenciais, pois constitui-se de um conjunto de símbolos, valores, mitos e imagens que dizem respeito tanto à vida prática quanto ao imaginário coletivo, inseridos no conjunto de cultura, civilização e história, interagindo para a definição de uma nova forma de cultura, característica da sociedade contemporânea. Ou seja, para os Estudos Culturais a noção de cultura vai além da ideologia, englobando também ações subjetivas e práticas do cotidiano.

Resultados de pesquisas a partir deste enfoque apontam que os meios de comunicação de massa não têm uma capacidade de manipulação para provocar mudanças radicais no comportamento do receptor. Isso mostra que na realização e

³ Os dois termos são definidos por Mauro Wolf no livro Teorias da Comunicação (1999) que, apesar de impresso em Portugal, foi largamente utilizado como texto básico nos Cursos de Comunicação Social no Brasil. Ambos dizem respeito aos Estudos sobre a Comunicação que têm como base a questão da Cultura – o que inclui os chamados Estudos Culturais - e é neste sentido que é utilizado neste texto.

reinterpretação da cultura popular não existe apenas submissão, mas também uma forma de resistência à cultura dominante, ponto de vista basilar de Martín-Barbero.

As contribuições de Jesús Martín-Barbero

O aporte teórico mais significativo tendo como ponto central a questão da cultura na América Latina está na obra do espanhol naturalizado colombiano, Jesús Martín-Barbero, autor que forneceu os elementos para pensar a recepção a partir das mediações. Para Martín-Barbero, a comunicação se desenvolve a partir de cadeias de relação ou de relacionamento, nas quais as ações dos produtores, produtos e receptores, propiciam deslocamentos de significados. Como nos Estudos Culturais europeus, no trabalho deste autor há um deslocamento da questão da produção e do conteúdo para aspectos relacionados à recepção, que passa a ser entendida como o espaço no qual ocorre uma ressignificação dos sentidos sociais.

As mediações funcionam como elementos de apoio para integração da cultura aos processos comunicativos da vida cotidiana, dando à própria cultura uma dinâmica comunicativa. As mediações dinamizam a cultura, recriando sentidos funcionalizados pela comunicação e assim sucessivamente, em uma permanente retroalimentação. Desse ponto de vista impossível dissociar comunicação e cultura, uma vez que comunicação é um processo simultâneo e co-dependente das formações culturais. Assim, seus elementos básicos (emissor, receptor, canal e mensagem) só podem ser compreendidos a partir dos contextos culturais nos quais estão inseridos.

O sentido da comunicação deixa, então, de constituir-se pelos elementos nela envolvidos, mas sim pelos indivíduos que participam do processo. Martín-Barbero (1997) apresenta exemplos de ressignificações nas quais o receptor atua a partir de formas de resistência surpreendentes, com a apropriação de significados imprevistos, e por meio dos quais as classes populares “se vingam” secretamente do que lhes é imposto (MARTÍN-BARBERO, 1997: 318), criando e negociando sentidos entre os diferentes blocos sociais que reconfiguram e recodificam o próprio produto cultural.

Ao apontar a interdependência entre a cultura e comunicação, Martín-Barbero se coloca em uma perspectiva diferente dos estudos desenvolvidos pela abordagem informacional tradicional, pois valoriza a ação humana de mediação como ponto focal do sentido dos processos comunicativos. As mediações atuam como elementos de apropriações, recodificações e ressignificações dos receptores, não sendo possível pensar produção, recepção, meio e mensagem de outra forma a não ser como um processo contínuo de mediações. Somente por meio do estudo das mediações é possível compreender o intercâmbio entre produção e recepção.

Do ponto de vista da produção, nestes estudos fica claro que o produto cultural não se estrutura apenas a partir das normas técnicas ou de roteiros elaborados pelos produtores, mas envolve também toda uma circulação de informações, ações diárias de relações sociais e de construção de significados. A produção não impõe significados, pois a mediação desestabiliza o consenso social, trazendo à tona a contestação, estabelecendo o conflito.

Do contexto da obra de Martín-Barbero fica claro que o autor incorporou os conceitos utilizados por Raymond Williams e em menor escala o arcabouço teórico de Richard Hoggart, especialmente em sua obra paradigmática - *Dos Meios às Mediações* - (ESCOSTEGUY, 2006). É possível dizer, portanto, que a abordagem das Mediações tem uma relação direta com a proposta dos Estudos Culturais e que assume a noção de experiência e de construção do sentido como elemento principal da pesquisa em comunicação.

Na proposta desenvolvida pelo autor, entender a comunicação como processo significa a construção do sentido em cada etapa de mediação, o que inviabiliza a redução da comunicação à cultura ou da cultura à comunicação. É importante

destacar, no entanto, que apesar de relevante, a proposta de estudo do autor se enfraquece pelo pouco destaque dado por ele ao conceito de Sentido, além de não se aprofundar na questão de classes sociais, elemento presente desde os primeiros momentos dos Estudos Culturais.

A perspectiva da Folkcomunicação

⁴ Luiz Beltrão é considerado um pioneiro da pesquisa científica sobre os fenômenos comunicacionais nas universidades brasileiras. Foi fundador do Instituto de Ciências da Informação - ICINFORM, primeiro centro acadêmico nacional de estudos midiáticos, e da primeira revista de ciências da comunicação, *Comunicações & Problemas* (Universidade Católica de Pernambuco, 1963). Considera-se igualmente que este pesquisador é o primeiro Doutor em Comunicação do Brasil, com título obtido na Universidade de Brasília-UnB -1967. Portal Luiz Beltrão. Cátedra Unesco Metodista da Comunicação para o Desenvolvimento Regional .<http://www2.metodista.br/unesco/luizbeltrao/luizbeltrao.htm>. Acesso em 21/03/2014.

O marco inicial dos estudos de Folkcomunicação ocorre em 1965, quando Beltrão⁴ assume este termo como o processo de intercâmbio de informação e manifestações de opiniões, ideias e atitudes de massa através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore. A Folkcomunicação situa-se entre os estudos sobre folclore e comunicação de massa, entre os resgates da relação entre a cultura popular e as formas comunicacionais massivas, entendendo os processos folkcomunicacionais aí atuando como mediadores entre o emissor e o receptor.

[...] a linguagem (linguagens) do folclore se nos apresenta como enigmática, a desafiar, num estudo de conjunto, a nossa capacidade de descobrir o segmento semântico codificável, no emaranhado de sons, ritos, movimentos e imagens que o encobrem, constituindo o segmento estético, não decodificável racionalmente (BELTRÃO, 2004: 69).

Para Beltrão, os processos folkcomunicacionais utilizam-se de um mediador entre o emissor e o receptor, o chamado “líder de opinião”, caracterizando uma discreta influência da teoria de Lazarsfeld sobre comunicação em dois tempos. Entretanto, ao aproximar-se do aporte teórico dos Estudos Culturais, os estudos com base na Folkcomunicação se ampliam para pesquisas sobre a relação entre a comunicação de massa e manifestações da cultura popular, a mediação das manifestações populares na recepção de conteúdos da comunicação de massa, a apropriação de aspectos da tradição popular pelos meios de comunicação e, no caminho inverso, a apropriação pela cultura popular de aspectos da cultura de massa, uma perspectiva impensável do ponto de vista funcional.

A Folkcomunicação parte da ideia de que (já) não existe uma população de cultura *folk* (ou folclórica) totalmente popular, desvinculada da cultura de massa da sociedade, da qual faz parte. Ao mesmo tempo, os processos comunicacionais tradicionais, dominados por sociedades/grupos ou nações tecnologicamente mais poderosos, reforçam as desigualdades do mundo atual e interferem nas manifestações culturais e folclóricas. Tais desigualdades estão intensamente presentes na América Latina, onde a expansão econômica e comunicacional propiciada pelas indústrias culturais não beneficiaram de forma igualitária a todas as pessoas. Nesse contexto existem indivíduos e grupos interagindo de forma e em graus diferenciados com duas culturas e duas sociedades que nunca se interpenetraram ou fundiram totalmente.

O cenário latino americano, que soma a convivência de indústrias culturais economicamente poderosas com tradições folclóricas fortemente enraizadas, é, portanto um laboratório de relações sociais a serem compreendidas. Isso posto, os estudos passam então a se centrar em populações rurais marginalizadas e populações urbanas sem o pleno acesso ao consumo, grupos de trabalhadores pobres, desempregados, migrantes, minorias raciais e étnicas que se alimentam de sua própria cultura e nela se identificam. O elemento definidor dessa abordagem é a noção de que populações de diferentes padrões culturais participaram de um processo de permanente interação, e isso continua a ocorrer por meio da ação da comunicação de massa.

Nesta abordagem, os canais populares atuam como “intermediários” ou “mediadores” entre a elite e as massas, reelaborando e retransmitindo mensagens. Seria o caso, por exemplo, de folhetos populares e literatura de cordel⁵, que divulgaram e divulgam assuntos de interesse institucional, como mudanças de

⁵Literatura de Cordel são pequenas histórias ilustradas de forma rudimentar vendidos em feiras populares na região nordeste do Brasil.

moeda ou prevenção de doenças. A apropriação destas mensagens por grupos ligados à cultura *folk* passa por fatores seletivos próprios, vinculados a aspectos culturais. Também é objeto de estudo da Folkcomunicação a maneira como a comunicação de massa enfoca, divulga e até mesmo, transforma a cultura *folk*, estilizando e comercializando alguns de seus aspectos.

Atualmente como temas relevantes das pesquisas com esta abordagem é possível citar a comunicação (interpessoal e grupal) ocorrente na cultura *folk*; a mediação dos canais *folk* para a recepção da comunicação de massas; a apropriação de tecnologias da comunicação de massas e o uso dos canais massivos por portadores da cultura *folk*; a presença de traços da cultura de massas absorvidos pela cultura *folk*; a apropriação de elementos da cultura *folk* pela cultura de massas e pela cultura erudita (projeção do folclore) e a recepção na cultura *folk* de elementos de sua própria cultura reprocessados pela cultura de massas (BENJAMIN, 1999).

Conclusão

Além da análise das Mediações de Martín-Barbero e das abordagens centradas na Folkcomunicação serem exemplares no conjunto de trabalhos desenvolvidos na América Latina, o aspecto principal em comum nas duas abordagens é a centralidade da Cultura. Ambas as perspectivas teóricas combinam elementos diversos da cultura com a comunicação, entendendo que o estudo os meios massivos envolve a análise das estruturas de poder.

Além da óbvia identidade, as perspectivas das Mediações e da Folkcomunicação são conectadas pela interpretação neomarxista do conceito de hegemonia, e pela percepção das ressignificações populares como uma forma de “resistência” ao fluxo de conteúdos da cultura industrializada. As abordagens igualmente partem da noção de que os meios de comunicação participam da produção e da reprodução da estrutura da sociedade, e são fundamentais para a formação da consciência social que fundam as estruturas ideológicas essenciais para a coesão social. Também nas duas abordagens, os estudos sobre a comunicação envolvem o dimensionamento de atividades simbólicas invisíveis, que determinam a construção de sentido, que por sua vez delimitam o entendimento dos discursos e das práticas do poder, orientando a leitura do mundo e das relações sociais, políticas, econômicas, etc.

No Brasil, inicialmente tanto os estudos das Mediações, quanto da Folkcomunicação e dos Estudos Culturais abandonaram progressivamente a noção de classe, perdendo o enfoque na capacidade de emancipação e interpretação das mensagens dos meios massivos, centralizando-se apenas na questão da recepção na dinâmica social ou familiar, sem uma análise do quadro social mais amplo. Embora tenham acompanhado as tendências internacionais, a compreensão de que estavam se afastando da possibilidade de “[...] ajudar a compor o estatuto científico em seu encontro com a matéria viva e ativa da memória, do gesto e da luta” (ALVES, 1997: 241), tem levado a uma progressiva retomada desta questão. Contribui para isso as transformações socioeconômicas, inclusive (ou principalmente) nos aspectos relativos ao consumo dos grupos sociais de menor poder aquisitivo, que adentraram com maior vigor no mundo do consumo de produtos midiáticos e bens materiais. Essa movimentação gerou diferentes tipos de discursos políticos e comerciais, que destacam e/ou são voltados para a chamada *nova classe média* - camadas da população que nos últimos anos ampliaram de forma significativa o seu acesso aos bens materiais, com claras consequências não só nos processos de comercialização, mas também afetando formas tradicionais de produção e de organização social. Uma afirmação feita a partir do entendimento de que produção e consumo são faces da mesma moeda, um não existindo sem o outro.

Em parte, isso resultante de uma tradição de pesquisa que valoriza resultados, ou seja, do próprio processo de pesquisa que se implantou no país, para o qual o pesquisador é instado por seus vínculos com os órgãos financiadores – em

geral governamentais ou a ele indiretamente ligados – a apresentar resultados “aplicáveis”, ou que resultem na possibilidade de uma intervenção mais explícita, concreta, no cenário sócio-político. Em parte, um aspecto resultante de uma relativa indefinição no campo da Comunicação no que diz respeito à definição de “classe” e aos conceitos ligados à Sociologia.

Nos Estudos Culturais clássicos, a noção de “classe” definia culturas alternativas e opositoras das conformistas ou consensuais. Os Estudos Culturais desenvolvidos no Brasil, no entanto, sofrem um progressivo abandono da noção de “classe” (perdendo a questão valorativa da capacidade de emancipação e interpretação das mensagens vindas dos meios de comunicação de massa), de desaparecimento do socioeconômico em detrimento do cultural, ou seja, não estão presentes nos estudos latino-americanos, e em especial, brasileiros, as análises das relações de propriedade e dos interesses econômicos sobre os quais se sustenta a circulação de informação. Em função disso, têm como foco apenas a questão da recepção midiática na dinâmica social ou familiar, relegando a análise de um quadro social mais amplo.

Implicitamente com relação aos aspectos acima citados, também contribui a pouca disponibilidade de tempo do pesquisador, a pressão pelos resultados e o vínculo da pesquisa com o ensino universitário. Esse conjunto de fatores eventualmente não permite uma real pesquisa de campo, deixando apenas a possibilidade de uma pesquisa do “tipo etnográfico”, mas não uma etnografia real, que envolva um aprofundamento das relações com os grupos pesquisados.

O exercício comparativo entre as duas abordagens demonstra também que ambas têm como ponto de partida a noção de que para entender os meios de comunicação é necessário também entender o contexto histórico, social e, sobretudo cultural no qual eles se inserem. Os meios de comunicação são vistos como elementos que participam da produção e da reprodução da estrutura da sociedade, atuando como elemento básico de uma consciência social sobre a qual se fundam as estruturas ideológicas essenciais para a coesão social.

Na perspectiva dos estudos sobre a comunicação, a recepção implica em elementos que vão além do sentido tradicional de cultura, pois envolvem o dimensionamento de atividades simbólicas invisíveis, que determinam a construção de sentido. A construção de sentido atua como forma de delimitação e entendimento que os receptores fazem dos discursos e das práticas do poder, mas também orientam a própria leitura do mundo no qual o indivíduo vive e tece as suas relações sociais, políticas, econômicas e muitas outras. Dessa forma estes estudos, “embora tenham acompanhado os modos de fazer internacionalmente dados, perderam nomenclatura para ajudar a compor o estatuto científico em seu encontro com a matéria viva e ativa da memória, do gesto e da luta” (ALVES, 1997: 241).

Reforçando essa linha de pensamento, é possível observar que os pesquisadores que trabalham com os conceitos dos Estudos Culturais na América Latina operam a partir de uma identificação mais objetiva do seu objeto de análise, eventualmente se apropriando de um discurso de defesa do consumo: consumir cultura seria a própria celebração desta cultura. Da mesma forma, há um uso maior da retórica no sentido de preencher eventuais lacunas resultantes do que acima comentamos em relação às demandas institucionais, tempo de campo, que possam vir a limitar o desenvolvimento do saber científico.

Por fim, é importante questionar até que ponto os estudos propostos pelos dois autores latino-americanos citados se inserem na definição de Cultura e nos aspectos de entendimento dos processos culturais/sociais propostos originalmente pelos Estudos Culturais. Uma análise preliminar permite apontar que tanto a abordagem das Mediações de Martín-Barbero como a proposta de estudo centrada na Folkcomunicação são elementos de recriação de uma abordagem teórico-metodológica por si só bastante fecunda, mas que não

responde totalmente aos questionamentos sobre as significações a que os produtos culturais são objeto dentro de diferentes grupos sociais. Como certeza final fica a observação de que os Estudos Culturais Latino Americanos consolidam a noção de que o tripé conceitual “política, cultura e comunicação” torna visível a complexa compleição da sociedade atual.

Referências Bibliográficas

ALVES, Luiz Roberto. Uma relação ainda incômoda: os estudos culturais e as culturas brasileiras. In LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. *Temas contemporâneos em comunicação*. São Paulo: EDICON, 1997.

BELTRÃO, Luiz. *Folkcomunicação: teoria e metodologia*. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2004.

BENJAMIN, Roberto. A nova abrangência da folkcomunicação. *Revista Pensamento Comunicacional Latino Americano*. PCLA. São Bernardo do Campo: Cátedra Latino-Americana da Comunicação para o Desenvolvimento/UMESP, Volume 1 - número 1: outubro/novembro/dezembro, 1999.

CARDOSO, Ruth C. L. Aventuras de antropólogos em campo, ou como escapar das armadilhas do método. In: CARDOSO, Ruth C. L. (org.) *A aventura antropológica – teoria e pesquisa*. São Paulo: Paz e Terra, 1997.

DROTNER, Kirsten. Menos é mais: estudos etnográficos de mídia e seus limites. In LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. *Temas contemporâneos em comunicação*. São Paulo: EDICON, 1997.

DURHAM, Eunice R. A pesquisa antropológica com populações urbanas: problemas e perspectivas. In: CARDOSO, Ruth C. L. (org.) *A aventura antropológica – teoria e pesquisa*. São Paulo: Paz e Terra, 1997.

ESCOSTEGUY Ana Carolina. D. Os estudos culturais em debate. *UNIrevista*. São Leopoldo (RS): Unisinos/Alaic. Vol. 1, nº 3, julho/2006.

GOMES, Itania Maria Mota. *A noção de gênero televisivo como estratégia de interação: o diálogo entre os Cultural Studies e os Estudos da Linguagem*. In: MARTINO e FERREIRA. *Teorias da Comunicação*. Salvador: EDUFBA, 2007.

GRAMSCI, Antonio. *Cadernos do cárcere*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. 5ªed. Lisboa: Presença, 1999.