

DECLÍNIOS DA AUTORIDADE E ASCENSÕES DO LEITOR: HERMENÊUTICA, RECEPÇÃO E CONSUMO NA AMÉRICA LATINA

Sebastião Guilherme Albano da Costa¹

Resumo

O estudo apresenta um panorama das correntes epistemológicas que empreenderam uma figuração do receptor (leitor, espectador, usuário), seja de uma perspectiva contextual e sociológica ou de um sujeito imanente ao texto, isto é, de um prisma formal. Nesse percurso, muito embora com concentração no debate levado a termo na América Latina, remonta-se às acepções filosóficas, especialmente à hermenêutica, passa-se pela teoria da recepção e aporta-se na teoria da consumo, o que orienta o estudo para uma remissão constante às sociabilidades dominantes e aos enunciados que as endossam.

Palavras-chave

Hermenêutica, teoria da recepção, consumo midiático

Abstract

The study offers a panoramic view of epistemological fields that built a figuration of receptor or audience (readers, spectators, and users), from an immanent textual subject, a formal perspective, to a sociological contextual perspective. In this trajectory, although stressing into Latin American debate, the text uses philosophical categories, especially from Hermeneutics, along with Reception and Consumerist Theories, which guide this study to a constant remission between dominant sociability and the statements that endorse it.

Keywords

Hermeneutics, Reception Theory, Media Consumerism.

Introdução

Na história das pesquisas em comunicação social, os paradigmas descritivos, analíticos e sintéticos recorrem a uma ideia da comunicação como envio e reenvio de mensagens, no melhor dos casos, de um sujeito a outro e vice-versa. Alguma vez Héctor Schmucler disse que em verdade os estudos na área tendem a alienar-se na busca dos efeitos (1997, p. 115). Tornando inquietação intelectual essa constatação, o intuito deste trabalho é incitar uma reflexão breve acerca do surgimento de correntes do conhecimento acadêmico muito próximas, como são a hermenêutica filosófica, em seu perfil de teoria da interpretação, e as teorias da recepção e do consumo midiático, cujos postulados problematizaram um pouco mais as reputadas crises dos saberes modernos, dentre eles os métodos e as técnicas de exame das interações humanas com significação imediata e articuladas por protocolos de expressão coletivos.

As três disciplinas dividem posições argumentativas que se avizinham quando referentes ao debate sobre a chamada cultura popular global. Ao serem as últimas grandes séries teóricas a tratar de sistematizar um modo *forte* de observar o fenômeno da Comunicação Social com base na cadeia clássica de emissor-mensagem-receptor, poderia parecer inadequada sua confirmação da prevalência de perspectivas que visam às consequências das mensagens na consciência coletiva, não fosse sua refutação aos paradigmas do funcionalismo e ainda a sinalização, com um renovado léxico teórico, de seu afã de reencaminhar os sentidos da comunicação para o âmbito da cultura.

Por não se pretender desmaterializar termos como *cultura*, *popular* e muito menos os já imprecisos *global* e *globalização*, esquivando-se de um comentário explicativo a seu respeito e se admite, em menoscabo de uma definição, a acepção corrente nos estudos da comunicação. Nessa área, *cultura popular global* é uma noção empregada em referência à padronização de esquemas de produção e reprodução simbólica tecnicamente mediados que se não atuam em prejuízo parecem equivaler-se aos intermediários tradicionais de formação cultural (escola, igreja, família, associações civis, trabalho, textualidades literárias, folclore) quando não os suplantam.

Conforme parece norma, as instituições soem desdobrar-se em novas instituições, de modo que os signos articulados pelos livros, a imprensa e os meios audiovisuais implicaram, entre outras coisas, uma contrapartida epistemológica profissional, autorizada a realizar a abstração formal e assegurar uma espécie de ideologia tanto para as representações textuais como para as representações sociais. Nosso intuito é apresentar um quadro descritivo do processo de ascensão dessa perspectiva no estudo da comunicação social e mencionar suas manifestações entre os teóricos latino-americanos. Isso posto, pode ser sintomático iniciarmos este trabalho com a menção, atinente a essas instituições derivadas e sua composição teórica, entre *epistêmica* e *doxal* em relação às unidades textuais que conformam os discursos, às primeiras noções acerca do complexo da comunicação denominadas adânicas por consignarem o ato de nomear ao de *criar* o mundo.

Datam de quase três mil anos os comentários sobre a *poiesis* ou, no diálogo platônico *Crátilo*, os liames entre os nomes, os atributos e as coisas do mundo, de certo modo sementes do nominalismo filosófico e da imagem de auto-referência que Paul Valéry e Jorge L. Borges imputavam à história literária. Em um salto milenar, percebe-se que ao serem insufladas pelo estruturalismo e de alguma maneira pós-estruturalismo (sem a ocorrência de sujeitos da razão a controlar o discurso) essas sugestões pareceram exercitadas por escritores tão díspares como André Gide, George Pérec, Roberto Bolaño e tantos outros seduzidos pelo recurso da metadiegesis. Com efeito, conformou-se uma espécie de *habitus* estético que permeou a sensibilidade discursiva dos últimos dois séculos e até demarcou uma possível poética pós-moderna, afeita à intertextualidade radical.

Não se deve desviar do *giro* lingüístico da sociologia e da antropologia de meados e fins do século passado, a denotar a influência do processo mesmo de comunicação humana na conformação das ciências modernas. Alguns dos seus representantes tais como Edmundo O’Gorman (*A invenção da América*), Benedict Anderson (*Comunidades imaginadas*, inspirado em Max Weber) e Clifford Geertz (a definição *semiótica* de cultura, igualmente inspirada em Max Weber) conferiram à linguagem e à discursividade a prerrogativa de *criar* um modelo de sociedade, tendência que ainda se considera pertinente. Em um estudo de 1988 James Clifford exemplificou a procedência arbitrária das identidades nacionais ao

recordar que Joseph Conrad e Bronislaw Malinowski eram “[...]two exiles shared a peculiarly Polish cultural distance, having been born into a nation that had since the eighteenth century existed only as a fiction” (1988, p.98).

É fato que o processo civilizador prevalente forjou sujeitos textuais e sociabilidades correlatas, como especificou Ángel Rama em *La ciudad letrada* (1984) ao comentar os laços entre as elites, a burocracia e o surgimento dos centros urbanos na América Latina. Discorreremos sobre algumas dessas posições teóricas, agora aplicáveis à observação das textualidades e sociabilidades resultantes mormente do advento dos meios de comunicação e seus formatos discursivos, não obstante nos remetermos às matrizes literárias de seus modelos retóricos. Sem relegar os recortes anteriores, nos municiamos, de modo tácito, de categorias analíticas em aparência quase opostas às constituídas por aqueles, providas agora, como já referido, da hermenêutica, da teoria da recepção, da teoria do consumo midiático e da perspectiva latino-americana a respeito desses sistemas interpretativos. Desde logo, a combinação de vertentes resulta em posições intelectivas não apenas textuais a respeito das discursividades, mas volve a mirada para o que se denomina o contexto e que nós redenominaremos sociabilidade.

Uma tal composição teórica foi convocada por sustentar a descrição do desempenho dos discursos como práticas sociais na modernidade e nos permitir ir além das concepções naturalistas. Consideramos alguns de seus termos constituintes, tais como *situación de interpretación*, *horizonte de expectativas*, *contratos de lectura*, *receptor productivo*, *consumidor ativo*, *lector ideal*, *comunidades interpretativas*, *usuário* e o *avatar* nos meios digitais e nos games e até mesmo a categoria de *público alvo* da mercadotécnica, tanto como figuras textuais quanto agentes de figuração social, e tangenciaremos sua interpretação quase sem mencioná-los diretamente.

I

Não obstante Descartes haver promovido a cisão entre sujeito e objeto de conhecimento (*cogito ergo sum*) ainda no século XVII, no território das humanidades é recente o

consenso que considera a separação entre texto e contexto um procedimento meramente analítico e funcional, muito embora se haja tornado matéria de debate para a filosofia há alguns séculos e para a teoria literária durante os últimos cem anos, resultando em bom debate. Não deve ser apenas pela alusão que se registre aqui o contencioso entre Karl Popper e Theodor Adorno sobre “a lógica das Ciências Sociais” no encontro da Associação Alemã de Sociologia, em Tübingen, em outubro de 1961, uma vez que, por exemplo, desde que os formalistas russos em inícios do século passado adotaram esquemas de leitura embasados na morfologia (Propp, 1984), isto é, nas operações de sintaxe narrativa ou poética, em prejuízo das inúmeras correntes críticas de feitio humanista tachadas de impressionistas e cujos grandes mestres foram Schiller, Herder, Saint-Beuve e Brunetière (no Brasil, José Veríssimo e Sílvio Romero, mantidas as proporções e diversidades, são os expoentes), os critérios de abordagem autorizada dos textos tornaram-se também uma tarefa descritiva, além de sintética e interpretativa,

Segundo Vladimir Propp em seu livro *Morfologia do conto maravilhoso* publicado em 1928 e seus epígonos contemporâneos e ulteriores, o texto de ficção e o poema eram sistemas fechados cujas partes deveriam imprimir-lhes o estatuto da literalidade. Esse ângulo, com prismas das ciências duras e laivo positivista, em que a verificabilidade ou não das hipóteses parece constituir a razão do método, tornou-se influente como indicativo da base retórica normativa de qualquer parecer profissional sobre um conto, romance, poema ou filme. A despeito disso, sua concentração no aspecto sintático escamoteava a observação das energias semânticas que a prática social de produção e fruição textual demandam, uma lacuna sanada com as abordagens que combinavam o aspecto poético normativo com a História e a Sociologia, convocadas mais claramente pela hermenêutica filosófica de Hans-Georg Gadamer, cujos estudos foram bastante divulgados entre nós no volume *Verdade e método* (1997). Os formuladores dessa nova exegese textual contemplavam as subjetividades dos indivíduos e insuflaram as subjetividades textuais, o que derivou na valorização do contexto interpretativo e da experiência. À diferença do que alguma vez disse Jacques Derrida sobre a impossibilidade de uma ciência da experiência, Gadamer e outros advogam a plausibilidade de sua descrição.

Inclusive, o autor alemão enveredou boa parte de sua reflexão para a *experiência da verdade* e indagou as condições de intelecção, já traçadas pela dialética platônica e sua lógica da pergunta e da resposta, e distanciou a agenda teórica dos tais contornos positivistas hegemônicos até então. Daí que mesmo sem o dizer explicitamente, suas posições ensejaram uma figuração do leitor ou do espectador ou *do outro* intérprete como um integrante do sistema textual (*lector in fabula*), inscrevendo ao cabo discursividades e sociabilidades no conceito de horizonte, central em seu esquema explicativo. Com efeito, a essas relações se devem que a teoria da recepção esteja embasada na figura da experiência interpretativa textual por parte do receptor e que a teoria do consumo considere o processo de apreciação midiática um produto em si, cujo dínamo é sua inserção em um *mercado de consumidores* em que as entidades *consumidor* e *público alvo* pertencem ao estatuto de formulação de seus enunciados, que delineiam as modalidades de resposta e buscam prever seus efeitos, ou melhor, a intensidade do consumo.

Deve-se atentar para o fato de que a inscrição análoga do leitor, do receptor e até do consumidor em leis teóricas tão-somente é viável em uma sociedade calcada em uma tradição de experiências discursivas e retóricas que levam a transformar os textos em sujeitos de promoção de sensibilidades coletivas com viés mercadológico (BURKE, 2008, p.71), em que haja convergência entre o político e o estético e em que a comunicação esteja mediada por códigos fortes, com profusão de signos motivados (no jargão semiótico), com propostas de elucidação ostensiva (Wittgenstein, 1988, p. 36.) a fim de permitir que a intersubjetividade flua com sobressaltos controlados no decorrer de um dia burguês, entre o trabalho e as compras.

Sobretudo, advém do conceito de *horizonte* empregado por Gadamer para se aproximar da ideia de conhecimento (a qual podemos simplificar, em uma operação metafórica, com a categoria de recepção) aquela prática que transcende os limites imediatos do suporte ou mesmo do sistema de signos que o propicia como forma, porquanto concebida como uma atividade historicamente determinada. Por certo, a recepção como uma atividade reclama a reunião da experiência de recepção com o ato de conhecimento e o ato comunicativo, sem reduzir esse último a um conjunto de proposições, argumentações e contra-argumentações

explícitas, mas o considerando também como um dado inerente aos textos ou às obras de arte, por exemplo, desatadas essas últimas da acepção romântica de objeto propício apenas à sensibilidade pura e portanto cancelada à razão, ainda que denominando criticamente essa mesma razão.

Para Gadamer, tanto a experiência estética como o ato de conhecimento racional encerram um *sujeito cognoscente* que não existe como *tabula rasa*, mas como uma consciência complexa. Decorre daí a compreensão comunicativa ampla das expressividades modernas, sejam de signos com mensagens ostensivas ou não, implicando a leitura e a apreciação de uma obra audiovisual como ato de co-produção, como reunião de consciências e sensibilidades. Donde a utilização recorrente de termos como reconstrução e integração ao momento da experiência hermenêutica, primeiro registrados por Gadamer e em seguida assimilados pelas teorias da recepção e pelos estudos culturais sob nova roupagem (codificação, decodificação etc.).

Horizonte é o âmbito de visão que abarca e encerra tudo o que é visível a partir de um determinado ponto. Aplicando-se à consciência pensante falamos então de estreiteza do horizonte, da possibilidade de ampliar o horizonte, da abertura de novos horizontes etc. A linguagem filosófica empregou essa palavra, sobretudo desde Nietzsche e Husserl, para caracterizar a vinculação do pensamento à sua determinidade finita e para caracterizar, com isso, a lei do progresso de ampliação do âmbito visual (Gadamer, 1997, p.452).

Para prosseguir com o raciocínio, cumpre que nos reportemos a termos que se agregam a *horizonte* com o fim de precisar-lhe o emprego na literatura, no cinema e no consumo midiático, tais como *horizonte de sentido*, *horizonte de expectativas*, entre outros. De qualquer maneira, pode-se consigná-los à noção de *habitus*, atribuída a Pierre Bourdieu mas utilizada antes por Marcel Mauss em 1925 (1954), retirando a noção de *horizonte* do âmbito da abstração filosófica e a depositando na órbita da antropologia e da sociologia, de vez que *habitus* supõe um campo de referências e uma mobilidade de manobra das mesmas a conformar um cenário em que estão em disputa hegemonias discursivas mas também

modos de construção textual, acionados por sujeitos engajados na tarefa de recepção ou de experimentação subjetiva, mas que em determinadas conjunturas tornam-se coletivas.

Ademais, Gadamer (1997, p.400-408) ampara-se na noção de *círculo hermenêutico*, cunhada por Martin Heidegger, para definir o que chama de pré-estrutura da compreensão, o que indica que todo processo de absorção de informação e elaboração de ideias e conhecimentos está condicionado por situações que funcionam como horizontes para outra formulação. A novidade, portanto, não chega a ser uma iluminação súbita, mas um *continuum* de experiências que resgatam dados e os orientam em determinada direção. Aplicando essa premissa à recepção de obras por leitores e espectadores que apenas buscam a fruição ou o consumo útil e por aqueles que procuram reeditar a experiência em uma forma semelhante, isto é, escrevendo ou filmando ou como produtor ao invés de apenas usuário, chega-se à possibilidade de tornar visível a maneira em que todas essas manifestações discursivas (que atravessam a produção para chegar à recepção) pertencem a um campo comum de experiências éticas, estéticas, sociais e assim por diante.

II

Talvez tenha sido em 1967 com a Aula Inaugural de Hans Robert Jausss na Universidade de Constança, na Alemanha, depois publicada com o título de *A história da literatura como provocação à teoria literária* que a teoria da recepção lançou sua pedra fundamental, mas foi até 1972 com a publicação de *The Implied Reader: Patterns of Communication in Prose Fiction from Bunyan to Beckett*, de Wolfgang Iser, e cujas teses foram reafirmadas em *The Act of Reading: A Theory of Aesthetic Response* (1981), lançado entre 1976 e 1978, que a figura do leitor apareceu já como um componente estrutural do texto. Outro precursor da também chamada estética da recepção, Roman Ingarden, fixou em “Concretização e reconstrução”, realizado em 1975 e publicado em 1979, que a escrita, a obra e a leitura são modalidades necessariamente intersubjetivas e de compartilhamento de mais de um código entre os envolvidos.

Cabem portanto dois comentários. Primeiro, o advento da ideia de leitor, espectador, usuário ou mesmo de comunidade interpretativa como integrante estrutural da peça comunicativa ou da obra de arte encerra inúmeras advertências sobre as proposições que o prefiguram como entidade social. Segundo, deve-se assinalar o nascimento dessa função social e estética do leitor ou do espectador (do receptor), como parte de um movimento para pontuar uma ancoragem mínima (em modo de analogia, se for o caso) do mundo dos textos ao mundo da vida, num momento em que vários críticos (Roland Barthes, Michel Foucault etc.) endossavam a autonomia do mundo textual ao reclamar, entre outras coisas, a morte do autor como único sujeito em atividade na produção da obra. Não obstante, à diferença do que se pensa a posição pós-estruturalista não desvincula o texto do mundo da vida, mas o entende como uma produção social e histórica cujos significados contidos nele como programa hoje concernem a uma atualização de outras elaborações, da reunião de séries de outras textualidades e, no extremo, nos diz que os sentidos de hoje contam com uma árvore genealógica cujos ramos inscrevem práticas variadas que embaralham as funções de autoria e leitura, destituindo-as de relevância. Problematizam a percepção racional e afirmam nosso destino de habitantes de um mundo de signos.

Em que pese a hermenêutica incidir nas proposições da teoria da recepção, se a entendemos de maneira literal voltamos, no que tange à comunicação, ao esquema funcionalista de emissor-mensagem-receptor. Ainda com a ascensão dos primados neoliberais nos conteúdos da academia latino-americana a partir de 1980 (a era Reagan/ Thatcher) e à inflexão sofrida pelas teorias críticas da comunicação, autores como Armand Mattelart, Héctor Schmucler, Heriberto Muraro e Jesús Martín-Barbero entre os anos 1970 e 1980 reformularam suas posições e assumiram que a comunicação social deveria ser observada como um horizonte epistemológico que concernia menos às teorias da comunicação propriamente que às teorias sociais em geral. Portanto, dentro do sistema teórico de Martín-Barbero, por exemplo, já aparecem proposições que desnaturalizam discursos hegemônicos acerca do comportamento das mensagens no tecido social e apontam para uma relação complexa de interpretação em que incorrem outras instâncias de filtragem de saberes e práticas além dos *media*.

No período novos estudos foram realizados concomitantemente e com novas elaborações acerca do texto e suas marcas, apartando-se de uma lógica funcional- estruturalista. Os escritos de Gerard Genette sobre o narrador e o narratário plasmados em *Figures III* (1972) corresponde a uma subtração dessas categorias da realidade social naturalizada, oferecendo novos cenários para o desempenho textual, com a vantagem de descentrar as verdades e relativizar a materialidade do discurso, ademais de possibilitar o acesso a novas subjetividades. Afasta-se das qualidades do leitor implícito de Wolfgang Iser, muito embora mantenha a inquietação central acerca das possíveis e variáveis coincidências de identidades do texto e do leitor, sem a necessária razão dual, formulando inclusive uma teoria por ele nomeada de transcendente, em claro rechaço ao *imanentismo* estruturalista. Em linhas gerais, sua posição pensava o texto como algo construído por uma rede de textualidades mais amplas que as contidas no próprio texto abstrato, atribuindo participação em sua significação ao formato das letras, à capa do livro, entre outros índices que levam à remissão da produção do objeto como circunstância de intelecção dos sentidos do texto, ao mesmo tempo que imprime autossuficiência à leitura para buscar os sentidos onde melhor lhe convier, fora, do lado, acima, entre e internamente ao texto.

Em 1979, Umberto Eco publica *Lector in fabula. A cooperação interpretativa no texto narrativo* (2002) e anuncia a amplificação da categoria de leitor modelo ao universo semiótico. A obra de Eco, um desses compêndios dos filólogos contemporâneos cujos argumentos sempre apresentam uma dobra na cultura de massas, acabou repercutindo em outras esferas da significação. Sem embargo de sua ingerência nos debates sobre as novas discursividades, um estudo importante no campo da recepção televisiva que data de 1978, realizado por David Morley e Charlotte Brundson, intitulado *The Nationwide Television Studies*, mantém equidistância tanto da chamada *communication research* de meados do século XX quanto de *Mitologias* de Roland Barthes, lançado em 1957, e *The Uses of Literacy*, de Richard Hoggart, de 1958, fundadores dos *Cultural Studies* como conhecemos na atualidade. Convém recordar que os *Cultural Studies* uma espécie de consagração no discurso acadêmico normativo de expressões da cultura popular local e internacional, uma atualização na área das textualidades simbólicas do século XX das teorias e críticas da cultura desde há muito praticadas em distintas tradições linguísticas, inclusive no campo do

direito, cuja doutrina se chama culturalismo jurídico. A América Latina, por exemplo, tem larga reputação de crítica cultural, porquanto depois das independências houve uma febre de interesse pelas origens nacionais a fim de renovar os signos de pertença associados até então ao assujeitamento colonial.

A respeito desse prenúncio de renovação, o texto seminal que reuniu as tradições literárias, filosóficas e sociológicas a fim de pensar um produto da mídia foi o de um membro do *Centre for Contemporary Cultural Studies*, da Universidade de Birmingham. Em 1973 o jamaicano Stuart Hall publica “Encoding and decoding”, resultado de pesquisas sobre a produção e a recepção dos discursos dos meios de comunicação, especialmente a televisão. Esses textos lançarão luz também à realidade das sociedades latino-americanas, cuja média de audiência era igualmente alta mas as condições de recepção variavam bastante. Suscitou ainda uma readequação do vocabulário crítico e teórico, cujo foco começou a dirigir-se para as subjetividades coletivas e suas táticas de uso da mídia.

Mais adensado pela arquitetura teórica dos *Cultural Studies*, Hall enfim consegue vocalizar a situação da comunicação como inerente à cultura e revela serem os programas de rádio, de televisão e os filmes componentes amiúde cooptados claramente por um processo civilizador homologável na categoria de modernidade, que encerra o capitalismo industrial e as relações de classe, de raça e de gênero. Nesse sentido, coube a Janice Radway, em 1984, em *Reading the Romance. Women, Patriarchy, and Popular Literature*, salientar que ao ser a audiência dos meios uma prática coletiva e até então sincrônica em algum aspecto da situação de recepção, ao invés de apenas leitor ou mesmo espectador deveria se tratar de uma sensibilidade coletiva, formulando então o termo *comunidades interpretativas*.

Estão inspirados nessas premissas os latino-americanos Ana Carolina Escosteguy, Ana Wortman, Beatriz Sarlo, Carlos Monsiváis, Carlos Bonfil, Guillermo Orozco, Guillermo Sunkel, Jorge Gonzáles, María Cristina Mata, Néstor García Canclini, Nilda Jacks, Mabel Piccini, Sergio Caletti, Valerio Fuenzálida, autores cuja obra transita entre os estudos culturais, os estudos culturais da audiência (Repoll, 2010) e as teorias da recepção e do consumo dos produtos midiáticos. Com efeito, muitos desses intelectuais viram a

oportunidade de começar a estudar, com respaldo institucional da teoria autorizada pelos pares britânicos, fenômenos locais antes depreciados pela crítica como as telenovelas, a música popular, entre outros.

No caso do Brasil o marco foi a fundação em 1992 do *Núcleo de Pesquisa de Telenovela*, hoje o *Centro de Estudos de Telenovela* da Universidade de São Paulo, com trabalhos importantes de Anamaria Fadul, Maria Immaculata Vassalo Lopes, Maria Lourdes Motter, Maria Aparecida Baccega e outros. Acerca do mesmo tema, destacam-se os argentinos Alejandro Grimson e Mirta Varela, também o mexicano Jorge Gonzáles e o chileno Valerio Fuenzálida. Gonzáles contribui ao pensamento comunicacional com suas categorias de frente cultural, um lugar em que os sentidos são negociados sob os auspícios da vanguarda e da fronteira, imagens imponentes na história latino-americana e em especial na mexicana. Fuenzálida tem atuação relevante na ONG *Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística* (CENECA), fundada em 1981 em Santiago, instituição com projetos de estudo de televisão com ênfase na educação para a recepção ativa.

III

A teoria da recepção deve ser considerada em seu caráter definidor daqueles fenômenos que configuram a intratextualidade, como são a influência e a intertextualidade, mas também o que se considera extratextual. Trata-se portanto de um modelo para recolher, primeiro, as marcas das tradições literária, fílmica, iconográfica, musical, sonora, gestual, inscritas nas obras, sua obediência ou distanciamento de uma norma estética ou ética específica e, por outro lado, os elementos extratextuais, como são a atmosfera social propiciada pela recepção dos romances e dos filmes, por exemplo, em sua vertente de mera fruição, isto é, de leitura e expectativa simples (a tiragem, as edições etc.) e também da leitura e expectativa especializadas (críticas, livros e filmes epigonais). Para a comunicação na América Latina teve uma função desestabilizadora das certezas do funcionalismo liberal que grassou antes do decênio de 1960 e a partir de fins dos anos 1970 e contaminou os discursos dialéticos que aos poucos se erigiam, naturalizando-os e levando os intelectuais a

adotarem uma enunciação crítica sem “asumirla en el espacio de la práctica, de las estrategias del hacer” (Saintout, 1998, p. 28).

A direção tomada pela teoria da recepção no sentido de observar os textos como fenômenos culturais, civilizadores e mesmo estéticos e não apenas estar concentrada em questões literárias é sancionada pela emergência dos *Cultural Studies*, mas no campo mais específico das expressões da comunicação pelas inúmeras citações de Hans Robert Jauss aos formalistas russos e ao grupo da Opoiaz (Sociedade para o Estudo da Linguagem Poética), cujos trabalhos versavam sobre poética geral, e não apenas sobre poética literária. Tinham portanto uma filiação à estética e não à história da literatura, disciplina que até inícios do século passado se encarregava de dar conta do campo literário mediante uma tradição filológica. Não são poucas as proposições teóricas que se deslocam dos estudos literários para a comunicação, origem, por exemplo, dos mesmos estudos culturais britânicos.

Foi a partir dessa fratura no sistema que os comunicólogos e sociólogos da América Latina questionaram o avanço do conservadorismo epistemológico e seus modelos de controle aplicados à comunicação como se todos os seus sentidos estivessem contidos nas práticas da publicidade e do marketing, incorporando novos modos discursivos e novos conteúdos ao seu campo de interesse. Talvez o estudo que melhor traduziu essa renovação foi *Retos a la comunicación en América Latina*, apresentado por Jesús Martín-Barbero na *Semana Internacional de la Comunicación*, organizada pela Universidad Javeriana de Bogotá, Colômbia, e depois publicado em livro como *Procesos de comunicación y matrices de cultura, itinerario para salir de la razón dualista*, em 1980 (1987). Juntamente com Héctor Schmucler e Armand Mattelard, Martín-Barbero conformou um grupo de pensadores da comunicação que retroalimentavam os saberes veiculados por ela e gerados em suas discursividades a partir dos estímulos da cultura.

De qualquer maneira, intelectuais de outras tradições também começaram a vincular os estudos de recepção aos campos de sentido gerados pelos meios de comunicação. Inclusive, segundo Robert Stam, no cinema a prática de considerar o espectador como parte integrante do filme numa espécie de reflexividade cultural se iniciara com os primeiros trabalhos de

pesquisa sobre as películas, a princípios do século XX, quando “todas as teorias do cinema continham implícita uma teoria do espectador” (2000, p.255). O fato é que o fenômeno cinematográfico desde sempre foi objeto de especulação dos historiadores e dos sociólogos preocupados com os efeitos da escalada de um discurso de massa como formador de opinião, em sentido amplo –opinião política, critérios de gosto, prescrição de comportamentos.

Mas ao se revisar a genealogia das teorias acerca do cinema encontram-se indícios de interesse pela audiência. Ainda que os estudos realizados por Ricciotto Canudo, Vachel Lindsay e Luois Delluc tenham interesses no cinema como arte *total*, como movimento (pintura em movimento, escultura em movimento etc.) e como experimentação poética, J. Dudley Andrew (1989, p. 24-36) e o mesmo Robert Stam (2000, p.44-45) recordam que Hugo Munstemberg já em 1916 com *The Photoplay: A psychological Study* iniciou as pesquisas relativas aos efeitos do cinema sobre o público, algo que teria bastante ingerência posterior em autores como Rudolf Arnheim e Jean Mitry. Afora o dado de que estimulou a psicologia behaviorista e mesmo as primeiras teorias da comunicação, com marcada propensão à mensuração dos efeitos das mensagens sobre os indivíduos, como já referido. A despeito de algumas indicações de Renato Ortiz e de Carlos Monsiváis (ademais de Martín-Barbero e Canclini) no que concerne à dimensão audiovisual do sentimento de nacionalidade desenvolvido na América Latina no século XX, com as chanchadas e os inúmeros gêneros da *Época de Oro* do cinema mexicano a permearem os gostos e a ética dos públicos, há poucos estudos desse feitio ao tempo que proliferam atualmente as pesquisas que tomam a fruição de cinema como consumo cultural, como os de Ana Wortman na Argentina, por exemplo (2003).

Como a comunicação social é um horizonte epistemológico antes que uma disciplina, frequentemente as técnicas de codificação, armazenagem, formação e veiculação de signos e mensagens são tidas como um de seus mais importantes elementos de estudo, em que pese a ênfase na maneira em que as audiências fazem uso de suas rápidas transformações. Nesse sentido, se tomarmos o formato hegemônico de sociedade em que vivemos, moldado pela razão técnica e sua aplicação em um modelo de comunicação que parece definir a

imaginación cotidiana, observamos que toda transformação de protocolos tecnológicos acarretará uma renovação das subjetividades coletivas. Nessa seara, comentários mais ou menos no âmbito da tradição latino-americana de crítica às forças conservadoras emboçam-se em alguns exames dos novos meios e sua relação com os usuários.

Com o afã de instituir tipologias entre as práticas intersubjetivas cambiantes propiciadas pela ostensividade das transformações da técnica discursiva e assim caracterizar as habilidades intelectivas da modernidade contemporânea um pouco como um avanço, de um lado, e complexificação genealógica do outro, pode-se remeter a dois livros recentes de autores latino-americanos. A professora paulista Lúcia Santaella publica *Navegar o ciberespaço. O perfil cognitivo do leitor imersivo* (2004) e nele empreende uma curiosa análise de conjuntura, integrando-se aos modelos atuais de estudos acerca das prerrogativas da digitalização que desnacionalizam o comentário e mundializam as experiências da modernidade, no caso a fruição da leitura. No texto, Santaella deslinda três tipos de leitores, correspondentes a uma espécie de modificação das expressividades coletivas. Fala do leitor contemplativo ou meditativo, do leitor movente, fragmentado e, finalmente, do leitor imersivo ou virtual. O outro estudo se chama *Leitores, espectadores e internautas* (2008), de Néstor García Canclini, e versa acerca do mesmo fenômeno sugerido por Santaella, em que pese o viés sociológico mais acentuado e a ênfase na perspectiva latino-americana advertido na propensão a tomar o atual cenário das comunicações como promotor de ilusões igualitárias, patente sobretudo na diferença e na desconexão de boa parte dos latino-americanos da sociedade da informação.

O livro de Santaella encerra interesse devido a que *vernaculiza* ideias que circulam sobretudo em inglês acerca dos novos meios, mas também porque sua tipologia apresenta uma afinação algo fetichista que curiosamente sugere um descompasso entre o formato de sociedade e as formações discursivas *epistêmicas* e *doxais* que circundam, constituem e visam a dar conta dos fenômenos de comunicação. O primeiro tipo de leitor estava circunscrito a uma leitura verbal e em situação de isolamento, característica dos especialistas da Idade Média e dos primeiros tempos posteriores à imprensa móvel de Gutenberg. Este leitor era cultivado pelo autor devido a sua pertinência interpretativa, uma

vez que buscava estar próximo ao programa semântico inicial, e eram os filólogos quem melhor o observavam sob a lente da exegese.

Já o segundo está inscrito em uma leitura multimidiática (verbal, imagética etc.), que corresponde à pessoa que deve ler não apenas livros ou jornais, mas os estímulos que as cidades oferecem, tais como os grafismos, os caminhos que o urbanismo impõe, a arquitetura, os anúncios etc., como sinalizaram Charles Baudelaire e posteriormente Marshal Berman. Nesse caso, o crítico literário munido de ampla consciência das outras discursividades modernas inicia uma atividade de configuração de suas características, já orientado pela hermenêutica e mesmo pela teoria da recepção. O terceiro tipo sugere um leitor que utiliza quase todos os sentidos na experiência textual e, afora isso, estabelece uma relação de interação com o texto, muitas vezes inclusive podendo modificá-lo, pelo que disciplinas teóricas como as anteriores, ademais das relativas às comunicações contemporâneas, devem dar conta de seu perfil.

Essa caracterização de cunho formal e histórico denota o préstimo que uma relação entre forma textual e forma social pode ter na aproximação teórica de aspectos incontornáveis da cultura, mas dá conta também de lacunas no projeto moderno que almeja a tornar a vida textual reflexo da vida social e vice-versa, ignorando a densidade das relações. Alguns anos antes, Beatriz Sarlo e Carlos Altamirano publicavam o artigo “Del lector” (1993) e estabeleceram o liame entre programas textuais e tipologias de leitores, vertebrando a relação mediante aspectos da sociologia da literatura, recorte recorrente na obra de ambos (1990) e com nítida participação das teorias da recepção germânicas. Reordenaram os termos do debate com um jogo retórico corrente entre os ficcionistas hispânicos ou latinos (Cervantes, Unamuno, Pirandello, Borges) mas incomum entre professores ao asseverarem serem os textos os construtores de seus próprios leitores, pretendendo assim desestabilizar a verve totalitária das ciências modernas. O enunciado instaura de um lance uma contingência tríplice: uma relativa à autoria, outra relativa ao texto em si e outra relativa ao leitor, transmutados a objetos à deriva cujos sujeitos se formam e se modificam de acordo com um campo magnético composto de signos frágeis, tanto textuais como sociais.

Outro momento decisivo especialmente da obra de Beatriz Sarlo acerca do tema que versamos corresponde aos trabalhos com interesse no consumo cultural que em geral se leem como sinônimos de recepção mesmo quando a autora distinga entre consumo e recepção, sendo que a última categoria encerra para ela maior interesse pelos planos subjetivos envolvidos no ato de leitura. Um enfoque mais voltado para a reescrita das matrizes das subjetividades envolvidas nas práticas midiáticas é o da também argentina Maria Cristina Mata, quem tem nos estudos de recepção um meio de sondar as identidades locais, no caso em seus estudos de rádio (1988). Mesmo em sua consignaço do consumo midiático como uma expressão da recepção (1995), a autora não banaliza nenhuma de suas manifestações e chega a boas conclusões no referente às táticas da subalternidade. Decerto, no atual estágio da modernidade não soa excêntrico fazer convergir as funções de recepção, interpretação e consumo em um só esquema de figuração social.

Reelaborando Pierre Bourdieu, Néstor García Canclini enleia ainda mais as peças ao equiparar as noções de consumo e cidadania no tecido social contemporâneo (1999), condicionando as incumbências de uma ao desempenho da outra, atribuindo um caminho de interpretação das práticas cidadãs mediante as práticas de consumo e o contrário. Com efeito, boa parte do repertório das identidades enfeixadas pelas teorias da pós-modernidade estão concentradas nas ideias que o autor desenvolveu a partir do seu texto seminal “El consumo sirve para pensar” (1993). Inclusive certo grau de ação política está tão explicitamente permeado pela lógica do mercado que pode ter sido um dos motivadores da sua teoria da pós-política, publicadas quase coetaneamente. Um dos pontos de inspiração para que essa reflexão chegasse a este nível foi a conscientização de que as atividades de interpretação das audiências poderia ser traduzida pelas situações de consumo, patente já no livro de Mary Douglas e Baron Isherwood, *The World of Goods. Towards an Anthropology of Consumption*, de 1979.

Na América Latina houve um auge dessas ideias pouco depois que Jesús Martín-Barbero publicou *De los medios a las mediaciones* (1987), em que relativizava as funções do receptor e recepção e, de alguma maneira, inviabilizava sua acepção unilateral, isto é, como um monólito de sentido, apenas investido de habilidades moldadas pelos meios, sem outros

canais de modulação cultural. Néstor García Canclini em *Cultura e pós-política* (1995) e em *Consumidores e cidadãos* (1999) refina em muito o debate ao comentar que no decênio de 1990, em pleno auge das diretrizes do Consenso de Washington na América Latina houve um reordenamento da produção econômica, não mais baseada nas grandes riquezas naturais de propriedade nacional, mas precisamente no incremento das privatizações das empresas que administravam esse patrimônio e que historicamente reforçaram as identidades regionais. Esse dado de cunho econômico propiciou novas alternativas teóricas. Acresça-se o fato de que as manifestações culturais consideradas *verdadeiramente* autóctones (dos saberes às festas e à culinária) há muito estão permeadas por signos de cunho midiático, isto é, crivadas de estímulos da cultura popular internacional.

Considerações finais

Fixou-se então o que foi denominado o período pós-político como aquele da reunião de figuras sociais até dispares em razão de um horizonte comum de interpretação, das condições de recepção ou dos hábitos de consumo de certos produtos, uma vez que a cidadania, um valor de primeira grandeza nas democracias liberais, não está caracterizada apenas pelo sistema dos Estados nacionais, em geral fundado em proposições contempladas nas constituições provindas da Revolução Americana e da Revolução Francesa. Sua capacidade de doutrinação resulta modesta (letramento, pintura e escultura encomiástica etc.) para os padrões atuais, pois o modelo contemporâneo impõe a necessidade de realizar as tarefas de convívio cotidiano sob parâmetros ostensivamente retóricos e vinculados às necessidades de uma espécie de entidade apátrida denominada *o mercado*, cujas engrenagens de atuação são mais ou menos reconhecíveis, no campo da Comunicação, pela mercadotécnica ou *marketing*. De acordo com George Yúdice, baseado em Radway, em Canclini e em Martin Davidson, quem em 1992 publicou *The Consumerist Manifesto*, “la democracia misma se promueve a través del espectáculo, el estilo, el consumo” (2002, p. 207).

A sofisticação das teorias menos dialéticas e baseadas em estatísticas a respeito dos efeitos dos meios nas audiências conectou-se com o avanço do liberalismo econômico e pretendeu forjar um espaço público em que a opinião predominante, o senso comum, é a naturalização da democracia de mercado. Ademais, essa tipologia associa-se na atualidade às variações de estratégias de processamento dessa opinião, que convergem nas *epistemes*, no gosto e no consumo dos produtos que caracterizam o formato social hegemônico, em muito arvorado pelas tecnologias da informação e comunicação. Essa contaminação inequívoca do político pelo estético, sem embargo, operou uma nova viravolta nos estudos da comunicação, agora permeados pela noção de consumo, mas cuja espessura semântica impossibilita sua abordagem por uma teoria funcionalista, uma vez em que suas ações se encenam num ambiente em que paira uma espécie de bovarismo cultural. Se a ideia de leitor produtivo pode nos levar a um quixotismo algo inerme, em que em última instância o receptor encarna o enredo das histórias contadas, o que se avizinha sempre é um risco mórbido de não logarmos pacificar nossas identidades pessoais mediante as subjetividades coletivas erigidas pelos hábitos de consumo e os modelos de usos das ofertas simbólicas. Isso nos destacaria das sociabilidades usuais e nos levaria ao tragicômico percurso da Emma de Flaubert.

Afora os autores referidos com maior precisão, na América Latina também Guillermo Sunkel, Guillermo Orozco e Sérgio Miceli, entre muitos outros, perceberam a influência desse modelo social e trataram de mensurar a relação dos meios de comunicação e a pseudo despolitização do consumo, mas foi o americano Henry Jenkins quem melhor definiu o estado de coisas ao dizer na introdução de *Convergence Culture. Where old and new media collide* (2006) que “The circulation of media content –across different media systems, competing media economies, and national borders – depends heavily on consumer’s active participation” (p. 3). Essa versão econômica da democracia participativa, ademais, também atualiza a relação do receptor das textualidades midiáticas contemporâneas, notadamente as que têm como suporte os computadores e a internet (*computer-based media*). Esse novo leitor/receptor/usuário/consumidor e cidadão é também uma espécie de parceiro na construção do sentido individual e coletivo da obra, o que deixa as funções que exerce no espaço público ainda mais intrincadas.

Referências

AVELAR, J.C. (1996). "Cinema e espectador". In: XAVIER, Ismail. *O cinema no século*. Rio de Janeiro: Imago, p. 217-243.

BARTES, R. (1970). *Mythologies*. Paris: Éditions du Seuil.

BURKE, Peter. "A comunicação na história". In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; HERSCHMANN, M. (Org.). 2008. *Comunicação e história. Interfaces e novas abordagens*. Rio de Janeiro: Mauad.

CANCLINI, N. G. (1999). *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: UFRJ.

_____ (Org.). (1995). *Cultura y pospolítica. El debate sobre la modernidad en América Latina*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

_____ (2008). *Leitores, espectadores e internautas*. São Paulo: Iluminuras.

_____ (1991). "El consumo sirve para pensar". *Revista Dia-Logos de la Comunicación*, n. 30, junho.

_____ (Org.). (1994). *Los nuevos espectadores. Cine, television y video en México*. México: Instituto Mexicano de Cinematografía/Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. (1979). *The World of Goods. Towards an Anthropology of Consumption*. Londres/Nova York: Routledge.

DUDLEY, Andrew J. (1989). *As principais teorias do cinema. Uma introdução*. Trad. de Teresa Ottoni. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

ECO, U. (2002). *Lector in fabula. A cooperação interpretativa no texto narrativo*. Trad. Atílio Cancian, São Paulo, Perspectiva.

FUENZÁLIDA, V. (2002). *Televisión abierta en América Latina*. Buenos Aires: Norma.

GADAMER, H-G. (1997). *Verdade e método. Traços fundamentais de uma hermenêutica filosófica*. Trad. de Flávio Paulo Meurer. Petrópolis: Vozes.

GÉNETTE, Gerard. (1972). *Figures III*. Paris: Seuil.

GONZÁLEZ, J. A.. (Compilador). (1998). *La cofradía de las emociones interminables: miradas sobre telenovelas en México*. Guadalajara: Editorial Universidad de Guadalajara.

GRIMSON, A. y VARELA, M. (1999). *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre la televisión*. Buenos Aires: Editorial Universitaria de Buenos Aires (EUDEBA).

HAMBURGER, E. (1978). "Diluindo fronteiras: a televisão e as novelas no cotidiano". In: SEVCENKO, N. *História da vida privada no Brasil*. São Paulo: Cia das Letras.

INGARDEN, R. (1979). *A obra de arte literária*. Trad. de Albin E. Beau et.al., Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

ISER, W. *The Implied Reader: Patterns of Communication in Prose Fiction from Bunyan to Beckett*. Baltimore-Londres: The John Hopkins University Press.

_____ (1981). *The Act of Reading: A Theory of Aesthetic Response*. Baltimore-Londres, The John's Hopkins University Press.

_____ (1996). *O ato de leitura. Uma teoria do efeito estético*. Vol. 1 e 2. Trad. de Johannes Kretschmer. São Paulo: Editora 34.

HALL, S. (1980). Encoding and decoding. In: LOWE, A.; HALL, S.; HOBSON, D.;

WILLIS, P. (org.) *Culture, Media, Language*. Londres: Hutchinson.

JACKS, N.; SOUSA, M. C. J. (Org.). (2006). *Mídia e recepção. Televisão, cinema e publicidade*. Salvador: Universidade Federal da Bahia.

JAUSS, H. R. (1994). *A história da literatura como provocação à teoria literária*. Trad. de Sérgio Tellaroli. São Paulo: Ática.

JENKINS, H. (2006). *Convergence Culture. Where old and new media collide*. Nova York/Londres: New York University Press.

MARTÍN-BARBERO, J. (1989). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Gustavo Gilli.

_____ *Procesos de comunicación y matrices de cultura, itinerario para salir de la razón dualista*. (1987). México: FELAFACS/Gustavo Gilli.

MATA, M. C. "Interrogaciones sobre el consumo mediático". In: *Nueva Sociedad*, 1995.

_____ . "Radios y públicos populares". In: *Dia-Logos de la Comunicación*. N. 19, janeiro 1988.

MAUSS, M. (1954). *The Gift: Forms and Functions of Exchange in Archaic Societies*. Glencoe: Free Press.

MONSIVÁIS, C.; BONFIL, C. (1994). *A través del espejo (el cine mexicano y su público)*. México: El milagro/ Instituto Mexicano de Cinematografía.

MORLEY, David; BRUNSDON, Charlotte. (1999). *The Nationwide Television Studies*. Londres: Routledge.

MORLEY, David. (1980). *The Nationwide audience: Structure and Decoding*. Londres: British Film Institute.

O'GORMAN, E. (1992). *La invención de América*. México: Fondo de Cultura Económica.

OROZCO, G. (coord.). (2002). *Recepción y mediaciones. Casos de investigación en América Latina*. Buenos Aires: Norma.

PROPP, V. I. (1984). *Morfologia do conto maravilhoso*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária.

RADWAY, J. A. (1984). *Reading the Romance. Women, Patriarchy, and Popular Literature*. Chapel Hill/Londres: The University of North Caroline Press.

REPOLL, J. L. (2010). *Arqueología de los estudios culturales de audiencia*. México: Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

SAINTOUT, F. (1998). *Los estudios de recepción en América Latina*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.

SANTAELLA, L. (2004). *Navegar no ciberespaço. O perfil cognitivo do leitor imersivo*. São Paulo: Paulus,

SARLO, B.; ALTAMIRANO, C. (1990). *Conceptos de sociología literaria*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.

_____ (1993). "Del lector", In: *Literatura/Sociedad*. Buenos Aires, Edicial.

SCHMUCLER, H. (1984). "Un proyecto de comunicación/cultura". *Revista Comunicación y cultura*. N. 12. México: Galerna.

STAIGER, J. (1992). *Interpreting Films: Studies in the Historical Reception of American Cinema*. Princeton: Princeton University Press.

STAM, R. (2000). *Introdução à teoria do cinema*. Trad. Fernando Marcarello. São Paulo: Papyrus.

SUNKEL, G. (coord.). (1999). *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

_____ (2001). *La prensa sensacionalista y los sectores populares*. Buenos Aires: La Crujía.

YÚDICE, G. (2002). *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*. Barcelona: Gedisa.

WITTGENSTEIN, L. (1988). *Investigaciones filosóficas*. Trad. de Alfonso García Suárez e Ulises Moulines. México/Barcelona: Universidad Nacional Autónoma de México/Cátedra: Barcelona.

WORTMAN, A. (coord.). (2003). *Pensar a las clases medias. Consumos culturales y estilos de vida urbanos en la Argentina de los noventa*. Buenos Aires: La Crujía.

¹ Sebastião Guilherme Albano es profesor de la licenciatura en Comunicación y de la maestría en Estudios de Medios de la *Universidade Federal do Rio Grande do Norte* (UFRN), Brasil. Tiene estudios en México, Estados Unidos y Brasil. Ha sido profesor en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM, 1991-1994 e invitado en 2006 y 2010) y *visiting scholar and researcher* en la *University of Texas at Austin* (UT, 2009 y 2012). Tiene textos publicados en México, Estados Unidos, Brasil y Europa. Su último libro es *A imaginação revolucionária – política, cinema e literatura no México* (São Paulo: Annablume, 2011). Su dirección electrónica es sgac@ufrnet.br y zoroastros@hotmail.com. Actualmente tiene beca de la *Coordenação de Apoio ao Pessoal de Ensino Superior* (CAPES) de Brasil para una estancia de posdoctorado en la UNAM y en la UT-Austin.