

ORGANIZADORA
ANA TAÍS MARTINS

INFOCOMUNICAÇÃO

MEO AMBIENTE

TRAJETÓRIAS FRONTEIRAS

METODOLOGIA DE PESQUISA
EM COMUNICAÇÃO

CORPORALIDADES temas, PERSONA
heurísticas,

RADIOJORNALISMO objetos IMAGNÁRIO

TEMPORALIDADE

SÃO PAULO • 2021 •



pimenta
leites

Copyright © Pimenta Cultural, alguns direitos reservados.

Copyright do texto © 2021 os autores e as autoras.

Copyright da edição © 2021 Pimenta Cultural.

Esta obra é licenciada por uma Licença Creative Commons: Atribuição-NãoComercial-SemDerivações 4.0 Internacional - CC BY-NC (CC BY-NC-ND). Os termos desta licença estão disponíveis em: <<https://creativecommons.org/licenses/>>. Direitos para esta edição cedidos à Pimenta Cultural. O conteúdo publicado não representa a posição oficial da Pimenta Cultural.

CONSELHO EDITORIAL CIENTÍFICO

Doutores e Doutoradas

Airton Carlos Batistela <i>Universidade Católica do Paraná, Brasil</i>	Breno de Oliveira Ferreira <i>Universidade Federal do Amazonas, Brasil</i>
Alaim Souza Neto <i>Universidade do Estado de Santa Catarina, Brasil</i>	Carla Wanessa Caffagni <i>Universidade de São Paulo, Brasil</i>
Alessandra Regina Müller Germani <i>Universidade Federal de Santa Maria, Brasil</i>	Carlos Adriano Martins <i>Universidade Cruzeiro do Sul, Brasil</i>
Alexandre Antonio Timbano <i>Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil</i>	Caroline Chioquetta Lorenset <i>Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil</i>
Alexandre Silva Santos Filho <i>Universidade Federal de Goiás, Brasil</i>	Cláudia Samuel Kessler <i>Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil</i>
Aline Daiane Nunes Mascarenhas <i>Universidade Estadual da Bahia, Brasil</i>	Daniel Nascimento e Silva <i>Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil</i>
Aline Pires de Moraes <i>Universidade do Estado de Mato Grosso, Brasil</i>	Daniela Susana Segre Guertzenstein <i>Universidade de São Paulo, Brasil</i>
Aline Wendpap Nunes de Siqueira <i>Universidade Federal de Mato Grosso, Brasil</i>	Danielle Aparecida Nascimento dos Santos <i>Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil</i>
Ana Carolina Machado Ferrari <i>Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil</i>	Delton Aparecido Felipe <i>Universidade Estadual de Maringá, Brasil</i>
Andre Luiz Alvarenga de Souza <i>Emill Brunner World University, Estados Unidos</i>	Dorama de Miranda Carvalho <i>Escola Superior de Propaganda e Marketing, Brasil</i>
Andreza Regina Lopes da Silva <i>Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil</i>	Doris Roncareli <i>Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil</i>
Antonio Henrique Coutelo de Moraes <i>Universidade Católica de Pernambuco, Brasil</i>	Elena Maria Mallmann <i>Universidade Federal de Santa Maria, Brasil</i>
Arthur Vianna Ferreira <i>Universidade Católica de São Paulo, Brasil</i>	Emanoel Cesar Pires Assis <i>Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil</i>
Bárbara Amaral da Silva <i>Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil</i>	Erika Viviane Costa Vieira <i>Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri, Brasil</i>
Beatriz Braga Bezerra <i>Escola Superior de Propaganda e Marketing, Brasil</i>	Everly Pegoraro <i>Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil</i>
Bernadette Beber <i>Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil</i>	Fábio Santos de Andrade <i>Universidade Federal de Mato Grosso, Brasil</i>

Direção editorial Patricia Biegging
Raul Inácio Busarello
Diretor de sistemas Marcelo Eyng
Diretor de criação Raul Inácio Busarello
Assistente de arte Lígia Andrade Machado
Imagens da capa Pikisuperstar - Freepik.com
Editora executiva Patricia Biegging
Assistente editorial Peter Valmorbidia
Revisão Autores(as)
Organizadora Ana Taís Martins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

T768 Trajetórias de pesquisa em comunicação: temas, heurísticas, objetos. Ana Taís Martins - organizadora. São Paulo: Pimenta Cultural, 2021. 268p..

Inclui bibliografia.

ISBN: 978-65-5939-083-0 (brochura)
978-65-5939-084-7 (eBook)

1. Comunicação. 2. Imaginário. 3. Semiótica. 4. Recepção.
5. Jornalismo. I. Martins, Ana Taís. II. Título.

CDU: 659

CDD: 652

DOI: 10.31560/pimentacultural/2021.847

PIMENTA CULTURAL

São Paulo - SP

Telefone: +55 (11) 96766 2200

livro@pimentacultural.com

www.pimentacultural.com



2 0 2 1

1

Nilda Jacks

PESQUISAR É SE TORNAR APRENDIZ!¹

¹ No prelo com outro título e pequenas mudanças: IN "Mujeres de la comunicación". Editores: Clemencia Rodríguez, Claudia Magallanes, Amparo Marroquin e Omar Rincón. Bogotá. FES Comunicación.

Mais do que uma frase de efeito, o título remete-se ao modo como o conhecimento é construído. Segundo Jorge González (2007), à medida que a ação de conhecimento avança, a interação entre o sujeito e o objeto de estudo se intensifica e alcança novas e melhores apreensões, mediante adequações e novas reorganizações no sujeito. No final, mais do objeto haverá no sujeito e mais do sujeito haverá no objeto. É nessa perspectiva que a trajetória de pesquisa aqui é relatada.

Estudar as relações entre comunicação e cultura foi o ponto de partida, cuja articulação é tributária das áreas de formação em artes plásticas e comunicação social. Esse interesse teve como corolário o tratamento da identidade regional e sua relação com a indústria cultural, visando entender suas imbricações no contexto da cultura gaúcha, em efervescência à época. A proposta tensionava afirmações sobre o poder dos meios de fragilizar, quando não de aniquilar, as culturas populares, visão hegemônica à época.

Assim, *Mídia Nativa: cultura regional e indústria cultural* (Jacks, 1998), dissertação de mestrado, problematizou o papel dos meios na construção de identidades regionais, tendo como objeto empírico o Movimento Nativista, iniciado nos anos 1980. Para tal, dois conceitos importantes sofreram um processo de apropriação: indústria cultural e cultura regional. O primeiro concebia a criação, produção e distribuição de produtos midiáticos destinados a seus públicos, liberado do sentido proposto por Adorno e Horkheimer para criticar a emergente cultura massiva na década de 1940. Carlos Eduardo Lins da Silva (1980) entende que o termo pode ter sido cunhado com objetivos mais retóricos do que científicos, e que é útil para indicar a lógica do processo de produção cultural, evitando a ilusão da imaterialidade da superestrutura. Cultura regional, por seu turno, foi entendida em um sentido amplo, a qual inclui manifestações de caráter “erudito”, “popular” e “massivo”, instâncias historicamente imbricadas

por determinações dos processos de industrialização e urbanização (Martin- Barbero, 1987).

Se na pesquisa acima, a identidade cultural foi tratada pelo ponto de vista das instituições e dos agentes culturais, vinculados tanto ao Nativismo e ao Tradicionalismo, quanto aos meios, para a tese doutoral - *Querência: cultura regional como mediação simbólica* (JACKS, 1999) -, a estratégia voltou-se para as práticas culturais dos receptores. Nela foi explorada a relação entre a identidade cultural e a recepção de uma telenovela, tratando da mediação da cultura regional no processo de produção de sentido. Para tal foram identificados: os elementos da cultura regional vivenciados cotidianamente e os que proporcionam reconhecimento e pertencimento ao grupo estudado; as instituições que atuavam na construção e consolidação da identidade regional; os marcadores sociais presentes nos processos identitários dos receptores; e as articulações nas apropriações e interpretações dos valores veiculados pela telenovela analisada (Pedra sobre Pedra/ Rede Globo, 1992).

Dois eixos teóricos marcaram o estudo: as relações entre cultura e comunicação e a teoria das mediações, em emergência na América Latina naquele momento. No primeiro eixo vinculou-se a problemática das indústrias culturais e seu papel na formação das identidades contemporâneas; no segundo, a mediação cultural e as práticas cotidianas na formação das audiências. Martín-Barbero (1987) e García Canclini (1990) embasaram a discussão teórica e deram indicações dos caminhos metodológicos, pois reposicionaram a discussão sobre as relações entre cultura e comunicação, evidenciaram a natureza negociada da comunicação e redimensionaram o papel do receptor como sujeito ativo no processo de recepção. Somou-se à discussão das mediações barberianas, a proposta de Guillermo Orozco, através do modelo das multimediações (1991).

Para tratar da identidade cultural regional, as noções de mestiçagem (Martin-Barbero) e de hibridação (Canclini) ajudaram a pensar a inserção dos meios em sua reconfiguração, e nesse cenário, a constituição das identidades das audiências.

Dentre as pesquisas realizadas em redes e em coletivos, *Indústria Cultural Gaúcha³: estudo dos meios de comunicação de massa e sua inserção na cultura local e regional* (JACKS, ESCOSTEGUY, 1997) dá sequência à intenção de relacionar comunicação e cultura, retomando a perspectiva de que a cultura de massa é um fenômeno intrínseco à contemporaneidade, cujos agentes estão inseridos no contexto sociocultural de que fazem parte.

Para tal, foram mapeados a estrutura e os conteúdos de parte da indústria cultural gaúcha - jornais, emissoras de rádio AM e FM e emissoras de televisão -relativo às dez cidades com maior infraestrutura midiática. Os conteúdos foram analisados segundo os referentes local, regional, nacional e internacional. Para o primeiro caso foram identificadas as informações sobre e para a comunidade local; para o regional, as informações de interesse circunscrito à comunidade gaúcha. Os conteúdos nacionais foram os que extrapolavam os limites do estado, conservando-se no âmbito do país, e os internacionais as informações que não diziam respeito ao território delimitado pelas fronteiras do país. Também foram reconstituídas as histórias de cada veículo, assim como identificados seus proprietários.

Na sequência, outros desafios teórico-metodológicos pautaram a pesquisa integrada⁴ *TV, família e identidade: Porto Alegre final de século* (JACKS, CAPPARELLI, 2006), cujo objetivo foi entender as mudanças no mercado de televisão e no comportamento das audiências, a partir da introdução da TV por assinatura em Porto Alegre. Na tentativa de

3 Projeto interinstitucional realizado entre PUCRS e UFRGS. Pela PUCRS participou também Doris Haussen.

4 Pela UFRGS, através do Núcleo de Pesquisa Cultura e Recepção Midiática/ PPGCOM: Sérgio Capparelli e Nilda Jacks; pela Universidade de Copenhague: Thomas Tufte.

superar análises parciais⁵, procurou-se enfrentar uma perspectiva que contemplasse o entendimento da interrelação dos âmbitos macro e microsocial, buscando a compreensão das determinações e indeterminações existentes na relação dos receptores com os meios. Queria-se entender os sistemas e os processos de comunicação à luz de uma teoria social, a qual deveria dar conta das imbricadas relações entre micro e macro contexto, entre estruturas e agentes, entre campos de produção cultural e práticas cotidianas, dentre outras questões que emergem dessas articulações.

Giddens e Bourdieu deram a arquitetura para pensar o nível teórico. No nível metodológico foram inspiradores os modelos propostos por James Lull, Martín-Barbero, García Canclini, Jorge González, Guillermo Orozco, Nicolas Garnham e Graham Murdock. Estes modelos tratam as relações entre os meios e audiências através de uma densa trama teórica, operacionalizada por multimetodologia para enfrentar a relação entre produção, mensagem e recepção, contextualizada por realidades histórico-culturais. A análise macroestrutural privilegiou o pólo da produção e da veiculação dos programas de televisão em Porto Alegre, cidade estudada do ponto de vista histórico, evidenciando as ações e processos que, ao longo do tempo, modificaram seu traçado e distribuíram seus habitantes no cenário urbano, assim como sua oferta cultural. A microestrutural privilegiou o pólo da recepção, trabalhando de forma articulada os eixos diacrônico e sincrônico.

No primeiro, Histórias de Família garantiram a análise de três gerações de cinco famílias, na intenção de descrever como as identidades étnica, familiar e regional construíram-se e transformaram-se de uma geração à outra, sob a influência ou não dos meios de comunicação presentes em cada época (jornal, rádio, TV aberta, TV por assinatura e internet). Também interessava conhecer como a instituição

5 Os estudos de comunicação até então, ora contemplavam a análise das macroestruturas sociais e/ou político-econômicas, ora desciam ao detalhe da análise da mensagem, via semiótica, retórica, análise de conteúdo ou do discurso.

familiar contribuiu para a formação das audiências televisivas, no que diz respeito à preferência por gêneros e tipos de programas, ao tipo de relação com o meio, à definição de papéis na estruturação do conhecimento, às opiniões e visões de mundo, etc. No segundo eixo, a Etnografia da Audiência produziu dados sobre o cotidiano e as relações sociais e familiares de um núcleo de cada família, que revelassem as práticas culturais e os usos dos meios, em especial a TV a cabo, a qual conecta a cultura global com a local. As estratégias analíticas fizeram vários percursos e tomaram várias dimensões, vinculando a Economia Política e os Estudos Culturais⁶.

Paralelamente, para complementar a pesquisa acima, foi iniciado um estudo dos discursos sobre a identidade regional gaúcha, em *Identidade Cultural como formação discursiva* (JACKS, 2018), com o objetivo de atualizar a discussão, tendo em vista o papel da televisão neste processo. Como uma formação discursiva que circula socialmente, a identidade cultural é produzida por diversos agentes socioculturais, entre eles a mídia e seus produtores. Segundo Murdock (1993), ela tem uma associação positiva com o tempo e a mudança, o que não significa desconhecer as relações de poder existentes nas sociedades. Bourdieu (1989), por sua vez, concebe identidade cultural como um campo, que vai além de *representações mentais* (língua, sotaque, dialeto, caráter etc.), pois existem as *representações objetivas* em coisas (emblemas, bandeiras, hinos, indumentárias, etc.) e em atos (estratégias de manipulação simbólica), com o objetivo de determinar as representações mentais, as quais funcionam na prática e são orientadas para a produção de efeitos sociais.

Em diálogo com essa perspectiva, Murdock aponta três formações⁷ que distinguem a modernidade: 1) *formações econômicas* e

6 A análise final teve a supervisão de Klaus Jensen, na Universidade de Copenhague/Dinamarca, como atividade de pós-doutorado com bolsa do CNPq.

7 Murdock (1993) diz que é mais útil pensar a sociedade contemporânea em termos de *formações*, tanto a respeito das instituições como dos regimes, uma vez que o contexto sociocultural atual é constituído por um processo complexo e contraditório, incapaz de ser pensado somente em termos estruturais.

políticas, que produzem regras e fontes que organizam as experiências institucionalmente; 2) *formações culturais e de saber/conhecimento*, que produzem discursos e representações que revestem de significado as experiências; 3) *formações da vida cotidiana*, onde os âmbitos anteriores são incorporados e vivenciados. No que se refere aos aspectos propriamente discursivos, ele conceitua identidade cultural como maneiras organizadas de descrever e explicar o mundo social ou proporções dele. Emergem em pontos particulares no tempo e têm histórias comprováveis. Compreendem quatro elementos: 1) *sistemas de classificação*, que definem afinidades e antagonismos; 2) *nomes e imagens favoritas*, que concretizam e afirmam as divisões-chaves; 3) *formas de argumentação e raciocínio*, que conectam os elementos medulares entre si; 4) *princípios de avaliação*, que convertem as diferenças em distinções morais (Murdock, 1990). Apesar das formações discursivas estarem organizadas, não são necessariamente coerentes, pois podem apresentar inconsistências e contradições, além de poderem apresentar desarticulações entre as conexões analíticas e as conotações ligadas a imagens preferidas, que são mais abertas a várias interpretações.

A partir destas categorias foram analisados os textos⁸ da coleção “Nós, os Gaúchos”⁹ para identificar os principais elementos que constituem a identidade regional na década de 1990. Também

8 Utilizando análise fatorial de correspondência, que permite medir e visualizar de modo gráfico o grau de associação de um conjunto de variáveis qualitativas. Este tratamento revelou as tendências, relações e vínculos estabelecidos entre produção e produtores destes discursos, gerando um quadro explicativo para trabalhar as questões da identidade regional gaúcha naquele momento.

9 Publicada pela Editora da UFRGS, constituída de cinco volumes: “Nós, os gaúchos” (1992), “Nós, os gaúchos/2” (1994), “Os teuto-gaúchos” (1996), “Os ítalo-gaúchos” (1996) e “Os afro-gaúchos” (1996). Reúne 239 textos produzidos por 34 escritores, 31 historiadores, 26 professores de letras/literatura, 20 jornalistas, 13 professores universitários (artes, música, geografia política, educação física, etc.), 10 políticos, quatro sociólogos, nove antropólogos, sete filósofos, cinco educadores, cinco músicos/compositores, cinco arquitetos, quatro religiosos, quatro médicos, três museólogos, três teatrólogos, três cartunistas, dois físicos, dois folcloristas, dois fotógrafos, dois cineastas, um cientista político, um livreiro, um editor, um economista, um advogado, um ecologista, um estilista, um artista plástico, um militar (ex-presidente da república), um diplomata, e outros sem identificação mais precisa.

foram identificados os capitais culturais e sociais dos produtores desses discursos e a perspectiva disciplinar utilizada em seus textos. A noção de “campo regional” pensada a partir da reflexão bourdiana e de “formações discursivas”, proposta por Murdock, auxiliaram na compreensão do significado dos movimentos culturais e da ação dos produtores gaúchos na afirmação da identidade regional, incluindo a televisão.

A relação das audiências com a mídia, perseguida desde a tese doutoral, tem desenvolvimento também no âmbito do Observatório Ibero-americano de Ficção Televisiva (OBITEL), projeto permanente de análise da produção e/ou consumo de ficção, no qual é possível acompanhar de forma sistemática as transformações em curso. Nesse contexto, é mandatório atualizar o debate sobre processos e práticas de recepção, cujo foco passa pela convergência midiática, que traz mudanças como a chamada *transmídiação* (JENKINS, 2008). Como corolário, pesquisadores do OBITEL adotam a nomenclatura *recepção transmidiática* para denominar as novas relações dos receptores com os meios. Nas últimas quatro edições foram analisadas longitudinalmente as telenovelas *Passione* (JACKS, et. al., 2011), *Avenida Brasil* (JACKS, et. al., 2013), *Império* (JACKS, et. al., 2015) e *Velho Chico* (JACKS, et. al., 2017), na tentativa de acompanhar as mudanças operadas tanto na esfera da produção, quanto na recepção. Sempre se repetem os procedimentos metodológicos para fazer o acompanhamento e comparação do comportamento das audiências em plataformas digitais. Em 2019, essas narrativas foram retomadas para explorar a criação de mundos possíveis, tema do ano, na busca da construção ficcional dos mundos populares (JACKS, et al. 2019).

O mesmo fenômeno digital segue investigado em *Jovem e consumo midiático em tempos de convergência* (JACKS et al., 2015), pesquisa comparativa de cobertura nacional, que visou conhecer a relação dos jovens brasileiros com as redes sociais. Interessava

identificar as temáticas que mais circulavam entre jovens dos 26 estados brasileiros, e do Distrito Federal - levantadas por equipes locais vinculadas à Rede Brasil Conectado -, além das práticas e rituais referentes ao uso das plataformas mais utilizadas por eles. Para cotejar os dados sobre os jovens, cada estado (JACKS, TOALDO, 2014) e sua capital (SILVESTRIN, NOLL, JACKS, 2016) foram contemplados com informações contextuais: históricas, geográficas, econômicas, demográficas, culturais, midiáticos, etc.

Na primeira etapa, o estudo do contexto foi pano de fundo para entender e explicar o fenômeno estudado, respondendo perguntas relacionadas ao objeto, tanto no plano político, econômico, histórico, cultural, estético, assim como família, escola, cidade, religião, trabalho, etc. Contexto e situação são articuladores dos dados primários do nível micro para contemplar as relações intrínsecas entre as duas escalas sociais a que pertencem os sujeitos. Essa articulação forjou uma estratégia de triangulação, recorrendo a diferentes tipos de dados para analisar o fenômeno em tempos, espaços e indivíduos distintos.

A segunda etapa combinou um estudo piloto com uma pesquisa exploratória, consistindo na execução de dois procedimentos: questionário aplicado a 10 universitários¹⁰, moças e rapazes entre 18 e 24 anos, seguido da observação de uma semana do perfil do *Facebook* de outros 10 jovens. O procedimento exploratório teve o objetivo de coletar conteúdos disponibilizados e encaminhados nessa plataforma, além de captar indícios sobre práticas, rituais, consumo midiático e cultural dos perfis selecionados. A terceira etapa foi executada através de um questionário *online* disponibilizado para jovens moradores das capitais, cujas questões foram fruto dos resultados obtidos nas etapas anteriores.

¹⁰ Para mapear o consumo cultural e midiático. A observação do Facebook levantou as práticas, rituais, conteúdos disponibilizados e encaminhados, além do consumo midiático e cultural.

Como desdobramento da pesquisa acima, a juventude interiorana foi estudada em *Jovem Brasileiro e Práticas Midiáticas em Tempo de Convergência: O “Brasil Profundo”*¹¹, expressão essa inspirada em Guillermo Bonfil que escreveu *México Profundo*¹² (1989). A referida expressão foi inspiração para adentrar ao interior do país na tentativa de conhecer um pouco da realidade dos jovens que vivem distantes das metrópoles e que pertencem a grupos sociais específicos. No Rio Grande do Sul foram estudados jovens de pequenas cidades do interior, jovens rurais, ribeirinhos e quilombolas, no que diz respeito ao consumo midiático e às práticas convergentes no âmbito digital (JACKS, TOALDO, MARQUES, 2020). Essa mesma abordagem foi desenvolvida pelas equipes da Universidade Federal do Pará e Universidade Federal de Sergipe, com pequenas adaptações às realidades regionais.

A concepção de juventude adotada considera a impossibilidade de associá-la a uma definição única, relacionada a um período temporal. A condição física se reflete em anseios, emoções, experiências, signos usados e na própria força corporal, energia e capacidade produtiva, em um sentimento de invulnerabilidade (Margulis e Urresti, 2008). Outras variáveis, além da idade, são: geração na qual é socializado; gênero; condição familiar e instituições a que pertencem.

No intervalo ou concomitantemente com as pesquisas relatadas acima foram realizadas meta pesquisas com o intuito de atualizar a produção do campo para proposição de agendas de pesquisa. Uma série de análises foram produzidas nos volumes I, II e III de *Meios e Audiências*, o primeiro destacando a emergência dos estudos de recepção no Brasil, o segundo a sua consolidação e o terceiro a reconfiguração dos estudos, diante da convergência midiática. Entre o

11 Com o apoio financeiro do PROCAD/ CAPES.

12 “Profundo” é uma noção cunhada para designar a vertente indígena da sociedade mexicana contemporânea. O México Profundo é a civilização negada, formada por uma diversidade de culturas, comunidades, setores sociais que constituem a maioria da população daquele país.

primeiro e o segundo volumes foi publicado *Análisis de recepción en América Latina: un recuento histórico con perspectivas al futuro* (Jacks et al, 2011), fruto de uma pesquisa colaborativa que analisou a produção de quase todos os países do continente no período de 1990 a 2010. Uma rede de pesquisadores encontrou-se em Quito para discutir os primeiros avanços com especialistas convidados para construir uma agenda latino-americana, a partir dos dados de cada país. Estiveram presentes Jesús Martín-Barbero, Guillermo Orozco Gómez, Valerio Fuenzalida e Maria Immacolata Lopes, os quais produziram um texto que compõe a segunda parte do livro publicado pelo CIESPAL, onde propõem uma agenda de pesquisa para a América Latina.

Sobre *Meios e Audiências*, o volume I (JACKS, et al. 2008) foi em parte resultado do trabalho realizado sobre o Brasil para a pesquisa latino-americana comentada acima, e lançou as bases para o prosseguimento da pesquisa sobre o campo brasileiro, publicada nos volumes subsequentes. Nesse caso, o corpus foi relativo à década de 1990, com um total de 49 pesquisas, que foram submetidas a uma série de categorias para chegar a uma classificação de suas abordagens: sociocultural, comportamental e outras, da qual faziam parte as pesquisas que subentendem o receptor a partir da análise da produção midiática. Além das abordagens, foram analisados aspectos teóricos, metodológicos, técnicos e empíricos para elaborar um estado da arte das pesquisas na área, visando a proposição de uma agenda para a década seguinte. Em *Meios e Audiências II* (JACKS, et al., 2014) a análise contempla a pesquisa desenvolvida entre 2000 e 2009, cujo corpus foi composto por 209 pesquisas que focaram na relação empírica¹³ dos receptores com os meios. O desenvolvimento do campo apresentou como novidade a abordagem sociodiscursiva, tributária da adoção das teorias do discurso, em qualquer de suas perspectivas para analisar a recepção, mas seguiram as pesquisas de abordagem

13 Foi eliminada a abordagem chamada "outras" porque apenas supõem os receptores.

comportamental. Uma agenda também foi proposta para a década seguinte. *Meios e Audiências III* (JACKS, et al.2014) analisou a produção do período de 2010 a 2015, intervalo mais reduzido para acompanhar as rápidas mudanças operadas pela convergência midiática. O maior desafio foi o processo de seleção e classificação das pesquisas, pois o embaralhamento do papel do receptor, operando também como produtor através de sua participação, e a inclusão das redes sociais no objeto de estudo, complexificou a categorização adotada nos volumes anteriores. Foi feita neste volume a distinção entre estudos de recepção e de consumo midiático (TOALDO, JACKS, 2017), duas grandes vertentes de estudos latino-americanos, cujas problemáticas são distintas mas relacionadas, as quais sofrem novas tensões com a convergência midiática.

Mídia e mídia social também foram diferenciadas, a primeira por seu caráter de institucionalidade, formalidade e mecanismos de regulação, razão pela qual não foi nomeada como mídia todo e qualquer dispositivo, desde os digitais até os analógicos como aparelhos telefônicos, disquetes, *pendrives*, *tapumes*, camisetas, ou, no extremo, como alguns pesquisadores consideram, o corpo humano. Klaus Jensen (2010) inclui esse último caso no que classifica como meios de primeiro grau, que algumas teorias exploram sob a perspectiva histórica, indo aos primórdios do desenvolvimento dos meios. O'Sullivan et al. (1994) afirmam que essa noção é muito ampla e seu uso decresceu para dar lugar exclusivamente aos meios de comunicação de massa, que para Jensen (2010) são meios de segundo grau, os quais atuam de um-para-todos, ou seja, são basicamente os meios analógicos. No sentido oposto, Martín-Barbero (2015) adota a denominação de mídia social para aquela que surge como um canal de comunicação entre as pessoas e entre as instituições sociais e seus públicos. Esses canais produzem um conjunto de informações tecidas socialmente, pela primeira vez em textos consultáveis, que Jensen (2010) chama de meta-mídia ou meios de terceiro grau, tributários da

revolução digital. Por isso, as mídias sociais só foram consideradas no corpus quando sua utilização é feita por algum veículo de comunicação para expandir seu relacionamento com suas audiências. Nesse caso, os processos de recepção e de consumo midiático podem se dar de maneira transmidiática, tratando-se das audiências em rede.

Em rápidas pinceladas, o longo processo que começou na década de 1980, com a primeira experiência de pesquisa, ainda fecunda em dois novos projetos: *Recepção fílmica e espectralidade cinematográfica: explorações teórico-metodológicas* (CNPq. 2018-23) e *Meios e Audiências IV*, a ser desenvolvida novamente de modo coletivo, para continuar aprendendo com a riqueza das trocas entre pares, tendo sempre em mente que pesquisar é um ofício, como dizem Jorge Gonzalez (2019) e Luis Jesús Galindo Cáceres (1998).

REFERÊNCIAS

- BONFIL, Guillermo. (1989) *México Profundo. Uma civilização negada*. México. Grijalbo.
- BOURDIEU, Pierre. (1989) *O poder simbólico*. Rio de Janeiro. Bertrand Brasil.
- CÁCERES, Jesús Galindo (coord.) (1998) *Técnicas de investigación en Sociedad, cultura y comunicación*. México. CNCA/ Addison Wesley Longman.
- CANCLINI, Néstor García. (1990) *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México: Grijalbo.
- GONZALEZ, Jorge (coord.) (2007) *Cibercultur@ e iniciación en la investigación*. CNCA/ Universidad Nacional Autónoma de México/ Instituto Mexiquense de Cultura. México.
- JACKS, Nilda; ESCOSTEGUY, Ana Carolina. (1997) Indústria Cultural Gaúcha: Dados sobre a Oferta. *Revista FAMECOS*, Porto Alegre, n.7, p. 158-167.
- JACKS, Nilda. (1998) *Mídia Nativa. Cultura regional e indústria cultural*, Porto Alegre: Editora da Universidade/ UFRGS.

JACKS, Nilda. (1999) *Querência. Cultura regional como mediação simbólica. Um estudo de recepção*, Porto Alegre: Editora da Universidade/ UFRGS.

JACKS, Nilda; CAPPARELLI, Sérgio (coord.) (2006) *TV, família e identidade. Porto Alegre «fim de século»*. Porto Alegre: EDIPUCRS,

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

JACKS, Nilda (coord/ ed.). (2011) *Análisis de recepción en América Latina: un recuento histórico con perspectivas al futuro*. Quito. Ciespal.

JACKS, Nilda; RONSINI, Veneza et al. (2011) Telenovela em múltiplas telas: da circulação ao consumo. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Org.). *Ficção televisiva transmidiática no Brasil: plataformas, convergência, comunidades virtuais*. Porto Alegre: Sulina. v. 2, p. 297-337.

JACKS, Nilda et al. (2013) *Passione e Avenida Brasil: produção crossmídia e recepção transmidiática?*. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.) *Estratégias de transmidiação na ficção televisiva brasileira*. Porto Alegre. Sulina. p. 179-215.

JACKS, Nilda (coord. e org.) et al. (2014) *Meios e Audiências II. A consolidação dos estudos de recepção no Brasil*. Porto Alegre. Sulina.

JACKS, Nilda (coord.); TOALDO, Mariângela M. (org.) (2014) *Brasil em números. Dados para pesquisas de comunicação e cultura em contextos regionais*. Florianópolis. Insular.

JACKS, Nilda et al. (2015) *Pequeno Relato de um Grande Esforço: "Jovem e Consumo Midiático em Tempos de Convergência"*. *Revista Contemporânea*. v.13 – n.01 – jan-abr – p. 10-26.

JACKS, Nilda et al. (2015) *Telenovelas em redes sociais: enfoque longitudinal na recepção de três narrativas*. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Org.) *Por uma teoria de fãs da ficção brasileira*. Porto Alegre: Sulina, p.281-317.

JACKS, Nilda (coord); et al. (2017) *Meios e Audiências III. Reconfigurações dos estudos de recepção e consumo midiático no Brasil*. Porto Alegre: Sulina.

JACKS, Nilda et al. (2017) *Velho Chico: mais um episódio na busca pelo fã de telenovela*. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Org.). *Por uma teoria de fãs da ficção televisiva brasileira II: práticas de fãs no ambiente da cultura participativa*. Porto Alegre: Sulina. p. 221-247.

- JACKS, Nilda. (2018) Campo cultural, formação discursiva e identidades: diálogo com a noção de regionalidade. IN BENETTI, Marcia; BALDISSERA, Rudimar (org.). *Pesquisa e perspectivas de comunicação e informação*. Porto Alegre. Sulina.
- JACKS, Nilda et al. (2019) Construções de Mundo: o popular da narrativa à recepção. IN LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Org.). *A construção de mundos na ficção televisiva brasileira*. Porto Alegre: Sulina. p. 183-202.
- JACKS, Nilda; TOALDO, Mariângela; MARQUES, Jane. (2020) Youth media practices in urban contexts: aspects of “Brasil Profundo”. IN PEREIRA, Cláudia (ed). *Brazilian Youth. Global trends and local perspectives*. London. Routledge.
- JENKINS, Henry. (2008) *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph.
- JENSEN, Klaus. (2010) *Media Convergence*. The three degrees of network, mass, and interpersonal communication. London: Routledge.
- MARGULIS, Mario e URRESTI, Marcelo. (2008) “La juventude es más que una palabra”. In: MARGULIS, Mario (org.). *La juventud es más que una palabra: ensayos sobre cultura y juventud*. Buenos Aires: Biblos.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. (1987) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México, Gustavo Gilli,. [Trad. bras.: MARTÍN-BARBERO, Jesús. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro, UFRJ, 1997.]
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. (2015) Hacia el habla social ampliada. Entrevista prólogo. In: AMADO, Adriana; RINCÓN, Omar (Orgs.). *La comunicación en mutación: Remix de discursos*. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, p. 13-8.
- MURDOCK, Garnham (1990) La investigación crítica y las audiencias activas. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Colima, n. 10, p. 187-239.
- MURDOCK, Graham. (1993) “Communications and the constitution of modernity”. IN: *Media, Culture and Society*. London. Sage. Vol. 15.
- O’SULLIVAN, Tim et al. (1994) *Key Concepts in Communication and Culture Studies*. London: Routledge.
- OROZCO, Guillermo. (1991) “La audiencia frente a la pantalla: una exploración del proceso de recepción televisiva”. In *Dialogos de la Comunicación nº 30*. Lima.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. (1980) Indústria cultural e cultura brasileira: Pela utilização do conceito de hegemonia cultural. *Revista Encontros com a Civilização Brasileira* nº 25.

SILVESTRIN, Celsi; NOLL, Gisele (orgs.), JACKS, Nilda (coord.). (2016) *Capitais brasileiras. Dados históricos, demográficos, culturais e midiáticos*. Curitiba. Appris.

TOALDO, Mariângela; JACKS, Nilda. (2017). Consumo Midiático: uma especificidade do consumo cultural, uma antessala para os estudos de recepção. In: Ribeiro, R. (Org.). *Jovens, Consumo e Convergência Midiática*. Curitiba: UFPR.