

REVISÃO CRÍTICA DAS TEORIAS DA CODIFICAÇÃO- DECODIFICAÇÃO E MEDIAÇÃO NO PROCESSO DE RECEPÇÃO

Francisca Islandia Cardoso da Silva¹¹

RESUMO - O presente artigo pretende explorar o complexo processo de recepção comunicacional partindo da concepção de receptor como sujeito produtor de sentido. Para tanto, apoiar-se-á em uma revisão crítica da teoria da codificação/decodificação de Stuart Hall, representante da matriz britânica dos Estudos Culturais, e na vertente latino americana, que segue seguirá perspectiva das mediações formuladas por Martín-Barbero. Essas teorias contribuíram para o desenvolvimento de estudos na área de comunicação sob o viés do receptor ao reivindicar uma visão global e complexa do processo comunicativo, sustentada na ideia de integração do espaço da produção e da recepção.

Palavras-chave: Recepção. Mediação. Codificação. Decodificação.

ABSTRACT - This article seeks to explore the complex process of reception starting from the design of the receiver as a subject capable of the producing meaning. To do so, will be based on a critical review of the theory of encoding/decoding Stuart Hall, representative of the array of British Cultural Studies, and in the strand Latin American, which follows the perspective of mediations made by Martin-Barbero. These theories have contributed to the development of studies in the area of communication from the perspective from the point of view of the receiver to claim a global and complex

11 Mestranda em Comunicação pela Universidade Federal do Piauí. E-mail: islandiacardoso@hotmail.com - Tel.: (86) 8821-7316

communicative process, sustained in the idea of integration the space of production and reception.

Keywords: Reception. Mediation. Coding. Decoding.

1 Introdução

Até o início do século XX, os estudos de comunicação de massa tinham como paradigma dominante uma teoria informacional funcionalista que utilizava um modelo matemático desenvolvido por Claude Elwood Shannon e Warren Weaver. O modelo procura mensurar a quantidade de informação transmitida e é aplicável tanto a abordagens de comunicação massivas quanto interpessoais. Para tanto, pressupõe-se a transmissão linear de uma mensagem codificada de um polo emissor a um receptor, envolvendo um canal e admitindo a possibilidade de ruídos – e, portanto, de não compreensão da mensagem, uma vez que o modelo não prevê qualquer polissemia – e retroalimentação do sistema por meio de *feedbacks* (SOUSA, 2006).

Duas linhas teóricas orientam os estudos de recepção: a percepção de ideologia da teoria marxista, que equacionava o problema com base em um mecanismo de estímulo-resposta; e os estudos culturais, que veem a recepção como local de construção de significado e não de submissão total à esfera econômica. O receptor era concebido como elemento passivo na comunicação, sendo que a sua única saída era aceitar aquilo que lhe era imposto – trata-se de uma relação emissor-receptor linear e mecânica; em outros termos, é como se as ligações entre ambos se produzissem de forma simétrica (JACKS, 1995).

Embora o modelo matemático tenha trazido de forma pioneira ao campo da Comunicação uma delimitação metodológica e conceitos precisos, não tardaram a se perceber suas limitações – linearidade, incompletude e estatismo – e a se desenvolverem as pesquisas nesse campo. Na segunda metade do século XX, com ênfase redobrada a partir da década de 1980, esse modelo caiu em desuso e outras tradições teóricas acerca do processo comunicacional procederam ao resgate do papel do receptor, compreendendo-o não mais como uma ameba, mas como parte

integrante e ativa na comunicação no momento em que não só recebe, mas decodifica e ressignifica o conteúdo do emissor. A mensagem, assim, é apenas um ponto de passagem dentro do processo comunicacional (SOUSA, 1995).

Para Escosteguy (2007), a pesquisa em comunicação tem privilegiado como objeto de estudo os meios e, em menor proporção, as audiências. Nota-se, então, uma compreensão limitada e reducionista da comunicação, independentemente do viés teórico assumido. As principais correntes de pesquisa em comunicação do século XX foram: (i) o estudo dos efeitos, que contempla as pesquisas de efeitos e de usos e gratificações e; (ii) a pesquisa de recepção, que abrange a crítica literária, os Estudos Culturais (EC) e os estudos de recepção. Durante décadas, uma pergunta predominante entre os pesquisadores da comunicação foi “o que os meios fazem com o receptor?”, a qual formulada dentro da pesquisa de efeitos indagou as consequências dos meios de comunicação. “O que faz o receptor com os meios?” foi a pergunta prevalecente na pesquisa de usos e gratificações e uso social dos meios. Quando a pergunta se converte em “como se realiza a interação entre meio e receptor?”, o que se coloca em jogo é o próprio processo da recepção midiática. Essa é a indagação presente nas pesquisas de recepção (OROZCO GÓMEZ, 2005).

A pesquisa de recepção representou a reordenação na linhagem dos estudos de comunicação à medida que se reconhece a audiência enquanto unidade de análise, dotada de certa autonomia e passível de interpretar e fazer usos diversos dos produtos textuais. Isso propiciou espaço para colocar em xeque a pertinência do estudo em separado de cada uma das partes do processo comunicativo, bem como de sua desvinculação das complexidades sociais que o constituem ou a que, originalmente, ele se refere (ESCOSTEGUY, 2007).

Para os estudos culturais, quando se fala em cultura, englobam-se “quer os significados e os valores, que surgem e se difundem nas classes e nos grupos sociais, quer as práticas efetivas através das quais esses valores e esses significados se exprimem e nas quais estão contidos” (WOLF, 1995, p. 96). A cultura diz respeito, então, a uma gama de significados e práticas que alteram e compõem a vida social. É como um sistema de significações mediante o qual “uma dada ordem social é

comunicada, reproduzida, vivenciada e estudada” (WILLIAMS, 2008, p. 13). Para Escosteguy (2006, p. 13), “os estudos culturais contribuem para revisar o próprio sentido de comunicação, considerando-a como um processo sociocultural básico onde se destaca a ação de todos os sujeitos envolvidos na produção de sentido”.

O interesse pelas factíveis respostas dos leitores de um texto assim como pelos fatores que as influenciam já se delineava na obra de Mikhail Bakhtin. Bakhtin desenvolveu três conceitos fundamentais para se compreender a recepção enquanto ativa: polifonia, dialogismo e intertextualidade. A polifonia caracteriza-se pela manifestação explícita das vozes do autor da mensagem, da história e da cultura e que podem ser ouvidas com força e ressonâncias independentes.

A época, o meio social, o micro mundo – o da família, amigos, conhecidos – que vê o homem crescer e viver, sempre possui seus enunciados que servem de norma, dão o tom; são obras científicas, literárias, ideológicas, nas quais as pessoas se apoiam e às quais se referem, que são citadas, imitadas, servem de inspiração (BAKHTIN, 1997, p. 313).

Os estudos de recepção derivados dos EC – que tratam o sujeito como produtor social de sentido – têm grande importância para a compreensão de um sujeito que não é um eu autônomo, mas se constitui e age a partir da polifonia dos discursos que circulam socialmente. A partir do conceito de polifonia, tem-se que para que a comunicação se concretize é necessária a relação dialógica, ou seja, a relação com o outro. Com isso, a significação não é dada, é construída, e para isso contribuem tanto os enunciados antecedentes como os que irão suceder, ou seja, as várias intertextualidades. Um texto não existe por si mesmo, mas se constitui em uma resposta aos textos anteriores a ele e, ao mesmo tempo, será responsável pelos próximos (BAKHTIN, 2006). Coelho Netto (2007) explica que a significação é o fenômeno gerado sobre o intérprete, como produto da interpretação dos sentidos produzidos pelos signos presentes no contexto de dada mensagem.

Significação é o efeito produzido pelo signo sobre o intérprete em condições que permitissem ao signo exercer seu efeito total; é o resultado interpretativo a que todo e qualquer intérprete está destinado a chegar, se o signo receber a suficiente consideração (*ibidem*, p. 72).

O objetivo deste artigo é explorar os avanços nos estudos de recepção a partir de uma revisão do modelo codificação/decodificação de Stuart Hall, constituído na trajetória dos Estudos Culturais e amplamente utilizado nos dias atuais em pesquisas de Comunicação, e de sua vertente latino-americana – mais conhecida como teoria das mediações de Martín-Barbero e com contribuições de Orozco-Gómez.

2 Os estudos culturais: o aporte teórico britânico

O *Centre for Contemporary Cultural Studies* da Universidade de Birmingham, a partir de Richard Hoggart, Edward P. Thompson e Raymond Williams, propôs-se a pensar, entre as décadas de 50 e 60, a recepção e a densidade dos consumos midiáticos a partir de uma perspectiva marxista não ortodoxa. A ligação entre marxismo e Estudos Culturais (EC) evolui através da crítica ao reducionismo e economicismo, resultando na refutação do modelo base-superestrutura. O panorama marxista percebe que a cultura sofre consequências das relações político-econômicas (ESCOSTEGUY, 1998).

A análise é transferida da cultura, passa pela metodologia e chega à mídia. Agregam-se ideias de Antônio Gramsci, que influenciou na formação do pensamento culturalista por meio do conceito de hegemonia. Os EC intentam compreender aspectos culturais da contemporaneidade e delinear “o modo como as produções culturais articulam ideologias, valores e representações de sexo, raça e classe na sociedade, e o modo como esses fenômenos se inter-relacionam” (KELLNER, 2001, p. 39). A Escola de Birmingham atém-se à interação do sujeito com a intensa e diversificada difusão de bens culturais, cuja dinâmica é intrínseca a todos os grupos sociais. A diversidade cultural servirá de referência para as distintas formas de apropriação e consumo da produção massiva, tornando a recepção um local de construção de significado (DALMONTE, 2002).

Para Mattelart; Neveu (1996) a era vitoriana – primeiro período da Revolução Industrial, a partir de 1750 – representa a fase precursora dos EC britânicos. Paralelamente ao desenvolvimento econômico, propõe-se repensar tanto a arte

quanto a cultura, contrariando a previsão de deterioração de ambas as instâncias quando passam a ser produzidas e mediadas em grande escala, com base nas novas tecnologias. Outro momento marcante para os EC é a Revolução Informacional cujo impacto foi motivador para a instituição de reflexões sobre as alterações resultantes da penetração da mídia na vida cotidiana (DALMONTE, 2002).

Para Escosteguy (1998), os EC percebem os produtos culturais como agentes de reprodução social. O público não é um recipiente análogo de mensagens. Nas palavras de Dalmonte (2002, p. 75), a proposta dos EC é a de se “conceber a cultura na sua contemporaneidade, ou seja, resultando de um processo (tentativa) de dominação e resistência”, contudo, nunca de total submissão ou total resistência. A interação da mídia com o receptor é marcada pela negociação entre ambos.

Além do paradigma culturalista, os EC definiram suas bases a partir do paradigma estruturalista, que seguia uma lógica causal baseada em arranjos, articulações dentro de uma estrutura. Apesar do debate polarizado, ambos os paradigmas foram insuficientes para o estudo da cultura, muito embora da assunção de suas limitações tenham surgido discussões profícuas no sentido de preenchê-las (HALL, 2003). O estruturalismo francês surge da linguística estrutural de Saussure e Jakobson, que buscam assimilar o funcionamento de leis de um sistema e analisar a-historicamente as estruturas. O pós-estruturalismo, também levado para os debates dos EC, corresponde a uma crítica ao estruturalismo no sentido de reconsiderar alguns pressupostos básicos, tais como signo estável e sujeito unificado, questionando inconsistências (STURROCK, 2003). O movimento pós-estruturalista, segundo Hall (*idem*), incidiu sobre as bases teóricas e filosóficas dos EC, requerendo uma revisão de alguns de seus pressupostos.

Os EC propõem o popular como ponto de partida para suas indagações. Toda análise deve partir do panorama cultural mais abrangente que enquadra na proposta culturalista a conduta dos sujeitos. Há com isso, pode-se dizer, dois produtos: 1) o resultado da pesquisa a que se chegou; 2) e a constatação sobre a cultura na qual se baseia a exploração (DALMONTE, 2002).

3 O modelo codificação/decodificação

Como crítica à escola funcionalista dominante nos estudos de mídia britânicos e sua base no esquema linear emissor/mensagem/receptor, o modelo codificação/decodificação foi proposto em 1980, por Stuart Hall, inaugurando os estudos de recepção, até então em latência resultantes das tentativas de utilizar empiricamente esse modelo. A pesquisa em Comunicação de então privilegiava o polo da produção, os conteúdos veiculados pelos meios, relegando à audiência uma posição secundária e tendendo a subestimar o seu nível de atividade. Essa abordagem, segundo Escosteguy (2007, p. 117), desconsiderava a complexidade de cada momento distinto da cadeia comunicativa, apesar de estarem estes articulados numa estrutura comum, e resultava numa “compreensão limitada e reducionista da comunicação”, uma vez que o processo era visto de forma fragmentada.

Hall (2003) propõe um protocolo teórico-metodológico fundado na concepção da comunicação estruturada, nos termos marxianos, na articulação da produção, da circulação, da distribuição/consumo e da reprodução, considerados por ele momentos distintos e sob condições de existência próprias, porém igualmente necessários para que o circuito se concretizasse. Como eles estão articulados entre si, devem ser registrados e analisados um em relação ao outro, sendo que cada momento é necessário para o todo, mas nenhum antecipa o próximo. Assim, não basta analisar o espaço da produção, mas também o âmbito da recepção deve fazer parte da agenda de investigação. As práticas de recepção não podem ser simplesmente vistas em termos comportamentais, mas ordenadas por estruturas de compreensão, bem como produzidas por relações econômicas e sociais. Além disso, é no espaço da recepção que os textos em circulação adquirem valor social ou efetividade política.

[...] é sob a forma discursiva que a circulação do produto se realiza, bem como sua distribuição para diferentes audiências. Uma vez concluído, o discurso deve então ser traduzido – transformado de novo – em práticas sociais, para que o circuito ao mesmo tempo se complete e produza efeitos. Se nenhum ‘sentido’ é apreendido, não pode haver ‘consumo’. Se o sentido não é articulado em prática, ele não tem efeito (*idem*, p. 388).

Hall desafia a ideia de hierarquia entre produção e recepção, e de correspondência obrigatória entre elas, embora admita que é a produção que constrói a mensagem e que o circuito aí se inicia. Pressupondo-se que toda comunicação se faz no âmbito da linguagem, a codificação constitui-se no momento da construção de uma forma discursiva significativa, por meio da manipulação de signos, códigos, significações, ideias e sentidos específicos. Porém, não se trata de um momento fechado em si mesmo. Enquanto a produção é articulada dependendo de *feedbacks* para ser efetivada, a recepção é o momento onde a mensagem é consumida de forma ativa. Os receptores são, ao mesmo tempo, também produtores da mensagem, visto que o momento da produção é elaborado levando-se em consideração, também suposições sobre a audiência.

Em vez de pressupor que o significado é inerente ao texto, o modelo codificação/decodificação considera que ele não é fixo, mas definido pelo contexto por meio de um processo coletivo de construção de sentido, insurgindo-se contra o conceito de públicos cujos elementos corresponderiam a consumidores de cultura de massa. Sendo assim, não há uma lógica determinante global que nos permite decifrar o significado ou sentido ideológico de uma mensagem. Existem diferentes formas de decodificação. “Se você tem de dizer algo novo, é porque o processo está transformando os significados que já estão lá. Portanto, cada ato de significação transforma o estado efetivo de todas as significações já existentes”, assim, o processo comunicativo não é tão simples e linear quanto um processo estímulo/resposta, já que o sentido da mensagem nasce na relação entre emissão e recepção (HALL, 2003, p. 363).

Ao mesmo tempo em que reivindica que o sentido do texto midiático não é estabelecido pelo emissor, Hall (2003, p. 396) alerta que “toda sociedade ou cultura tende, com diversos graus de clausura, a impor suas classificações do mundo social, cultural e político. Esses mapas de sentido constituem uma ordem cultural dominante, apesar de esta não ser nem unívoca nem incontestável”. Embora a mensagem seja polissêmica, não é pluralista. Com o intuito de limitar equívocos, as decodificações se dão dentro dos limites da codificação; a recepção das mensagens não é fixa,

determinada. O público elabora seus próprios significados, mas não a partir do nada (HALL, 2003; ESCOSTEGUY, 2007). Hall define a relação entre o receptor e a mensagem midiática a partir de três locais hipotéticos que marcam a posição do primeiro quanto ao que o emissor diz. Da relação que o leitor instaura com os limites de decodificação, Hall se utiliza da teoria da hegemonia de Antonio Gramsci para apontar três respostas hipotéticas de decodificação: dominante, contestatória e negociada.

As respostas do tipo dominante estão, em grande parte, de acordo com a codificação, ou seja, o receptor partilha do ponto de vista ideológico dominante. Já o segundo modo de decodificação, o modo negociado deduz que:

Decodificar, dentro da versão negociada, contém uma mistura de elementos de adaptação e de oposição: reconhece a legitimidade das definições hegemônicas para produzir as grandes significações (abstratas), ao passo que, em um nível mais restrito, situacional (localizado), faz suas próprias regras – funciona com as exceções à regra. Confere posição privilegiada às definições dominantes dos acontecimentos, enquanto se reserva o direito de fazer uma aplicação mais negociada às ‘condições locais’ e às suas próprias posições mais corporativas. Essa versão negociada da ideologia dominante está, portanto, atravessada por contradições, apesar de que isso só se torna visível em algumas ocasiões (HALL, 2003, p. 401).

Nas respostas contestatórias o receptor interpreta a mensagem segundo um código de referência alternativo, opondo-se ao significado atribuído pelo produtor. Esta última posição resiste à ordem social dominante e é considerada por Hall (*ibidem*, p. 402) como “um dos momentos políticos mais significativos”, pois ela instaura a instabilidade na hegemonia e pode conduzir à ruptura ou mudança.

Grohman (2009) afirma que a decodificação individual trata-se de como a posição social, articulada com discursos particulares, produz tipos específicos de leituras, e estas leituras podem ser entendidas na medida em que a estrutura de acesso aos diferentes discursos é determinada pela posição social, definida de acordo com estruturas de classe, raça, sexo ou nível de escolaridade, por exemplo. A leitura de uma mensagem é compartilhada a partir de referenciais de parecer e interpretação, ou seja, surge da prática social dos sujeitos.

Para Escosteguy (2009), o importante na concepção de Stuart Hall é

a articulação entre as mensagens, o lugar onde estas têm origem, com suas respectivas rotinas de produção, e o trabalho interpretativo da parte dos receptores, embora cada uma dessas práticas conserve “sua distinção e [...] modalidade específica, suas próprias formas e condições de existência”. Reside aí um insight produtivo para as pesquisas empíricas na medida em que essa premissa indica a existência de circunstâncias particulares para emergência de uma dada situação e é nesse espaço que sua descrição adquire relevância (*ibidem*, p. 5).

Para a autora supracitada, os sentidos precisam penetrar no âmbito das práticas sociais para serem decodificados e concluir o circuito comunicativo. Dessa forma, tanto a decodificação quanto a codificação são práticas de produção de sentido. Tratando-se de um circuito, esse processo de produção de sentido está sempre articulado a outro momento, sendo possível iniciar a investigação em qualquer lugar. Contudo, determinadas narrativas e sentidos são priorizados em detrimento de outros e, portanto, a recepção não é um espaço livre de pressões.

A evolução do modelo codificação/decodificação originou o interesse pelo impacto do conteúdo midiático nas questões identitárias – a virada etnográfica dos EE (ESCOSTEGUY, 2007). Para Hall (2003, p. 356), o modelo não tinha precisão teórica para garantir longevidade, uma vez que era suscetível de ser “trabalhado, desenvolvido e mudado”. Ele atribuiu a David Morley a extrapolação do modelo para o domínio empírico e o reconhecimento de limitações que resultaram em um modelo que abarca as questões de poder e participação, de ideologia e assimilação.

4 A contribuição latino-americana: as mediações no processo de recepção

Mediante a aproximação com a abordagem de Stuart Hall, que enfatiza a multiplicidade cultural, serão apresentadas as reflexões de Jesus Martín-Barbero sobre as relações e a dinâmica do processo comunicativo, contemplando a emissão e a recepção sob uma dimensão cultural e social. Para Martín-Barbero (2009, p. 280): “foi necessário perder o ‘objeto’ para que encontrássemos o caminho do movimento social na comunicação, a comunicação em processo”.

Em meados dos anos 80, na América Latina, o receptor passa a ser visto como co-protagonista do processo comunicacional. Nesse momento, os estudos culturais

latino-americanos avançam e têm como referência Jesús Martín-Barbero, que passou a considerar o estudo de recepção um:

[...] lugar novo, de onde devemos repensar os estudos e a pesquisa de comunicação. Ela não é uma etapa como sugerido pela escola norte-americana, que de algum modo nos impingiu uma espécie de história artificial, durante anos estudada pela sociologia, essencialmente a economia do emissor e, posteriormente, pela análise semiótica da ideologia da mensagem. (MARTÍN-BARBERO, 1995, p. 39)

A recepção é um complexo processo controlado pelo sujeito e pela estrutura social, bem como pelas relações de poder a que este é submetido. Lopes; Borelli; Resende (2002, p. 32) explicam que para essa tradição teórica, a recepção é “um contexto complexo, multidimensional, em que as pessoas vivem o seu cotidiano. Ao mesmo tempo, ao viverem este cotidiano, inscrevem-se em relações de poder estruturais e históricas, as quais extrapolam suas práticas cotidianas”.

Martín-Barbero (2009) trabalha a comunicação a partir da cultura e aponta para um novo receptor enquanto consumidor de informação, ou seja, enquanto um leitor que tem possibilidades de expressão e não está apenas sob a condição de uma recepção passiva, o que propicia, dessa forma, a real comunicação. “O eixo do debate deve se deslocar dos meios para as mediações, isto é, para as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e para a pluralidade de matrizes culturais” (*idem*, p. 261). Do ponto de vista epistemológico e metodológico, Martín-Barbero tem como influência na formulação do conceito de mediação: a) o pensamento do espanhol Manuel Martín Serrano sobre mediações; b) as ideias do italiano António Gramsci sobre cultura, política, hegemonia e contra hegemonia e c) os estudos culturais (ARAÚJO; OLIVEIRA, 2012). No contexto das mediações, o sujeito interpreta a mensagem a partir de seus valores e relações, desenvolvendo juízos que podem ser distintos dos de outros receptores. Há um processo de negociação de sentido na interação do receptor com o meio o qual se dá com a mensagem, a sociedade e os outros atores sociais.

É a partir do movimento contínuo do discurso que se constitui o sentido das mercadorias midiáticas. Baseando-se nas perspectivas de Martín-Barbero, o mexicano

Guillermo Orozco Gómez (1990, 2005) traz um novo olhar para a comunicação, apontando o processo de produção existente na recepção. O autor afirma que as redes midiáticas não são capazes de engendrar sentidos apenas pelo viés da codificação, pois estes são negociados a partir da circulação dos discursos que se encontram nas múltiplas mediações provenientes da capacidade, história e condicionamento genético e cultural do receptor. Assumir o receptor como sujeito – e não só como objeto – frente ao emissor supõe, em primeiro lugar, entendê-lo como um ente em situação e, portanto, condicionado individual e coletivamente, que se constitui como tal de muitas maneiras e se diferencia como resultado da sua particular interação com o emissor e, sobretudo, das diferentes mediações que entram em jogo no processo de recepção.

É nessa interação, segundo Orozco Gómez, que se produz o sentido da recepção, com limites dados num cenário sociocultural. Às vezes, um tipo de mediação ou uma combinação delas predomina. Às vezes algumas mediações se reforçam mutuamente, e outras vezes, neutralizam-se devido ao fato de proverem de instituições sociais muito diferentes e que não mantêm muito em comum com relação às suas respectivas esferas de significação. O sujeito protagonista, como detentor da capacidade de resgatar, tem também a capacidade de criar e recriar novos sentidos, levando-se em consideração as próprias contradições existentes no seu meio. O conteúdo da mensagem é polissêmico: a comunicação se estabelece na recepção. Porém, a produção de sentido do receptor submete-se ao ajuste das mediações que, por sua vez, dependem dos componentes de legitimação por meio dos quais se realizam.

O conceito de mediação ajuda a compreender essas situações e as decorrentes formas de conhecimento e dissonâncias cognitivas políticas e simbólicas que, por sua vez, resultam em diferentes imaginários, convicções, crenças e comportamentos que afetam de modo distinto a maneira como as pessoas constituem seu entendimento e de determinado evento. Por outro lado, favorece a desnaturalização de formas de comunicação que obstruem a compreensão do processo comunicacional como proveniente de contextos culturais, políticos e simbólicos no panorama da alteridade e da semiose (ARAÚJO; OLIVEIRA, 2012). Para Orozco Gómez (1990), a comunicação

pode ser abordada em uma dimensão ampla, que ultrapassa os conceitos de dominados e dominantes ou de audiências, mesmo com a ciência das reais questões sobre a mercantilização que, muitas vezes, pode comprometer as mídias.

5 Considerações finais

Propondo uma alternativa à visão linear e behaviorista da comunicação prevalecente na década de 1970, o modelo codificação/decodificação desvendou uma audiência ativa, inserida num contexto sociocultural que influencia a maneira como esta opera um conjunto de códigos na apropriação das mensagens recebidas. Os produtos dos meios de comunicação são construídos de maneira a seduzir os receptores, mas estes podem desenvolver leituras divergentes, ou seja, explicitar comentários e considerações a respeito dos assuntos veiculados tornando visíveis as estruturas sociais e políticas predominantes. Além disso, o modelo sugeriu que o público poderia interferir na produção do conteúdo midiático.

A proposta teórico-metodológica de Martín-Barbero também sinaliza a necessidade de produzir novas formas de conhecimento no campo da comunicação. No movimento dos sentidos, que estão em permanente mutação, encontram-se heterogeneidades e diversidades, bem como assujeitamentos e estratégias. O processo comunicativo dá-se num campo heterogêneo e coletivo, onde atores devem ser vistos como sujeitos constituídos por vários contextos socioculturais, visto que eles representam outros papéis e se relacionam de forma dinâmica e não mecânica com a ordem social da qual fazem parte. Nesse processo existem múltiplas vozes e uma tenta se sobrepor à outra, e até mesmo o receptor também marca a sua posição. Esse ator utilizará as informações obtidas através dos meios de comunicação para ressignificá-las e aplicá-las nas relações cotidianas.

A nova forma de olhar o sujeito-receptor, trazendo à tona sua capacidade de criação e negociação, é valiosa para as teorias da comunicação, na tentativa de romper com as definições instrumentalistas que concebem o processo comunicacional como um fluxo de mão única e refleti-lo em sua natureza mais profunda, quando existe uma

apropriação do receptor, o qual, também, é protagonista neste cenário multicultural de tensões e resistências. Nesse sentido, a recepção não pode ser pensada de maneira inerte.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, I.S.; OLIVEIRA, V.C. Comunicação e mediações em saúde: um olhar a partir do Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde (ICICT/Fiocruz). **RECIIS – R. Eletr. de Com. Inf. Inov. Saúde**, v. 6, n. 3, p. 1-17, set. 2012.

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

_____. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. 12. ed. São Paulo: HUCITEC, 2006.

COELHO NETTO, Teixeira. **Semiótica, informação e comunicação**: diagrama da teoria do signo. 7. ed. São Paulo: Perspectiva, 2007.

DALMONTE, E.F. Estudos culturais em comunicação: da tradição britânica à contribuição latino-americana. **Idade Mídia**, v. 1, n. 2, p. 67-90, nov. 2002.

ESCOSTEGUY, A.C.D. Uma introdução aos estudos culturais. **Revista Famecos**, n. 9, p. 87-97, dez. 1998.

_____. Estudos culturais: as margens de um programa de pesquisa. **E-compós – Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, v. 9, n. 2, p. 1-16, ago. 2006.

_____. Circuitos de cultura/circuitos de comunicação: um protocolo analítico de integração da produção e da recepção. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 4, n. 11, p. 115-35, nov. 2007.

_____. Quando a recepção já não alcança: os sentidos circulam entre a produção e a recepção. **E-compós – Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, Brasília, v. 12, n. 1, p. 1-15, jan./abr. 2009.

HALL, Stuart. **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003.

JACKS, Nilda. Pesquisa de recepção e cultura regional. In: SOUSA, M.W. de (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995. p.151-165.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia**. Bauru: EDUSC, 2001.

LOPES, M.I.V. de; RESENDE, V.R.; BORELLI, S.H.S. **Vivendo com a telenovela: mediações, recepções, teleficcionalidade**. São Paulo: Summus, 2002.

MARTÍN-BARBERO, J. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUSA, M.W. de (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995. p. 39-68.

_____. **Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 6. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.

MATTELART, A.; NEVEU, E. Cultural Studies Stories: la domestication d'une pensée sauvage? **Rezeaux**, n. 80, p. 11-57. 1996.

OROZCO GÓMEZ, G. La audiencia frente a La pantalla. **Dialogos de La Comunicación**. Lima: FELAFACS, 1990. Disponível em: <<http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/30-revista-dialogos-la-audiencia-frente-a-la-pantalla.pdf>>. Acesso em set. 2013.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. O telespectador frente à televisão: uma exploração do processo de recepção televisiva. **Communicare**, v. 5, n. 1, p. 27-42. 2005.

SOUSA, J. P. **Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media**. 2. ed. Florianópolis: Porto, 2006.

SOUSA, M.W. de. Recepção e comunicação: a busca do sujeito. In: SOUSA, M.W. de (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995. p. 13-38.

STURROCK, J. **Structuralism: with a new introduction by Jean-Michel Rabat**. 2. ed. Londres: Blackwell Publishing, 2003.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. 3ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 4. ed. Lisboa: Ed. Presença, 1995.