

ESTUDO DE RECEPÇÃO DO PROGRAMA “BIBAS”:

Na perspectiva de consumo de um grupo de militares

Marcus Dickson Oliveira Correa¹

RESUMO

Este artigo tem o propósito de apresentar uma análise de recepção sob a perspectiva comunicacional do programa de televisão "Bibas - o primeiro reality-show gay de Belém" realizado pelo grupo "Paranóia na TV" e exibido nas manhãs de domingo na Rede RBA TV a partir dos conceitos de "Usos Sociais dos Meios" de Jesús Martín-Barbero que trata de verificar o que fazem as pessoas quando veem televisão ou escutam rádio ou leem jornal; o que fazem com a informação, como a usam para a sua vida diária. Essa pesquisa de recepção trabalhou métodos qualitativos através de um "grupo focal" e estudou a recepção da comunicação tendo como lugar de mediação o Batalhão de Eventos Sociais da Polícia Militar do Estado do Pará com a participação de 15 membros da corporação.

Palavras-chave: Bibas; teoria da recepção; televisão

INTRODUÇÃO

Os meios de comunicação a cada dia possibilitam perspectivas de transformação dos processos comunicacionais, o que nos leva a pensar no estudo de novos processos e suas audiências principalmente nos meios massivos, e pontualmente na televisão, caracterizada pelo sensacionalismo com a exploração de cenas que remetem a todo tipo de violência como apelo a audiência. Hoje, muito mais que indagar pelos efeitos dos meios massivos sobre as pessoas, procura-se perceber o que estas fazem com os meios massivos. O receptor, antes considerado passivo, é reconhecido como parte integrante do próprio processo de comunicação e da mensagem, interagindo com esta, atualizando-se a partir do

¹ Jornalista, professor do curso de comunicação da Estácio FAP – Pará, mestrando do programa de Pós-graduação Comunicação, Cultura e Amazônia (PPGCOM-UFPA). E-mail: dickson.prof@gmail.com

seu cotidiano e seu meio social.

É com Martin Jesús Martín-Barbero (2003) que passamos a pensar esses processos de comunicação a partir do que ele chamou de *mediações*, e suas articulações entre práticas de comunicação instigou o desenvolvimento de pesquisas sobre os *processos de recepção* que buscam atentar para as articulações entre produtos midiáticos massivos e contextos socioculturais. Na tentativa de contribuir para o debate sobre o estudo da mediação da televisão com o agora telespectador ativo, este artigo se propõe a apresentar uma análise de recepção sob a perspectiva comunicacional do programa de televisão "*Bibas - o primeiro reality-show gay de Belém*"² que com um tom humorístico e tratando de maneira deliberadamente caricatural a questão homossexual, foi destaque em vários sites e blogs nacionais e por vários domingos líder de audiência diante da programação nacional. Pela internet conseguiu espectadores no Japão, Estados Unidos, Portugal, Argentina e Arábia. "O quadro fez tanto sucesso que tomou 70% do programa", diz Magela o apresentador e produtor do programa.

Alinhando-se a proposta de verificar a recepção do conteúdo do programa "Bibas" com diversos grupos sociais³ realizou-se uma pesquisa de recepção que trabalhou métodos qualitativos através da técnica de "grupo focal" onde foram estudadas a recepção da comunicação tendo como lugar de mediação o Batalhão de Eventos Sociais da Polícia Militar do Estado do Pará com a participação de 15 membros da corporação. Com esse tipo de pesquisa, busca-se detectar o que as pessoas fazem com as mensagens da televisão bem como os motivos que as levam a ver televisão, investigando as produções de sentidos estabelecidas pelos participantes e depois identificando as mediações que surgem nas interpretações dos conteúdos. A resposta a tais perguntas nos leva para o âmbito da recepção televisiva. Este, por sua vez, exige uma explicitação do conceito de recepção, haja vista que sua compreensão não é unívoca.

A TEORIA DA RECEPÇÃO

A conceituação da recepção teve um desenvolvimento no âmbito dos estudos de comunicação, que partiram de um modelo mecânico de comunicação, também chamado de

² Realizado pelo grupo "Paranóia na TV" e exibido nas manhãs de domingo na Rede RBA TV, afiliada da Band no Pará.

³ Esta pesquisa é parte de um projeto de estudos dos alunos do PPGCOM-UFPA 2014 para a disciplina "Teorias e metodologias para leitura dos Processos de recepção dos objetos culturais e midiáticos na Amazônia" coordenada pela professora doutora Regina Lucia Alves, que também vislumbrou grupos de evangélicos, prostitutas, gays e homossexuais entre outros.

Informacional-funcionalista: Emissor-Canal/Mensagem-Receptor. Na relação do emissor com o receptor, no processo de comunicação, o que se buscava saber é como a mensagem incidia, como ela chegava ao emissor e o que este, passivamente, recebia. As conclusões e o foco de estudos variaram ao longo do tempo com muitas críticas sendo feitas ao estudo de receptor a partir dos efeitos do processo de comunicação.

A pesquisa de recepção que vem sendo trabalhada desde os anos 80 na América Latina parte de uma perspectiva teórico-metodológica renovadora e original influenciados pelo modelo da "Codificação/Decodificação" proposta por Stuart Hall ainda na década de 70 e que coincide com esse momento em que o fenômeno *recepção* começa a despertar mais atenção. Esta linha de pesquisa procura superar as limitações epistemológicas dos modelos informacionais-funcionais como os da pesquisa dos efeitos, pesquisa de audiências, pesquisa de usos e gratificações, estudos de crítica literária e estudos culturais⁴, principalmente a partir da teoria das mediações proposta por Jesús Martín-Barbero, teoria esta que contribui distintivamente para os estudos de recepção, ao questionar as abordagens anteriores, que seriam fragmentadoras e simplificadoras da Comunicação. A recepção passa a se constituir como perspectiva teórica integradora dos processos de emissão, do produto e da audiência.

A questão da recepção, nesta nova orientação, busca uma (re)formulação teórico-metodológica, que propõe organizar as tentativas interdisciplinares e de multimétodos (LOPES, 1990), apoiando-se basicamente nas perspectivas das *mediações* e do *cotidiano*. A mediação no processo de recepção deve ser entendida como processo estruturante que configura e reconfigura tanto a interação dos membros da audiência com os Meios, quanto a criação por parte deles do sentido dessa interação.

Além de Martín-Barbero, são fundamentais, nessa perspectiva, as contribuições teóricas latino-americanas de Néstor García Canclini e Guillermo Orozco Gómez que consolidam a linha teórica das mediações e das hibridizações, e propõem estudar a recepção como

um contexto complexo e contraditório, multidimensional, em que as

⁴ As pesquisas dos "efeitos" e "Audiência" estão identificadas à tradição de pesquisa empírica norte americana (*Communication Research*). Grosso modo, nesses estudos, a recepção é orientada para identificar os efeitos/impactos provocados pela mensagem no público. Na corrente "Usos e Gratificações" (doravante, U&G), passa-se da pergunta "o que os mass media fazem com as pessoas?" para "o que as pessoas fazem com os mass media?". Os meios não podem influenciar um indivíduo que não faça uso deles. Já a abordagem culturalista analisa o processo de comunicação de massa como um aspecto das "práticas" cotidianas. "Práticas" entendidas como as atividades sociais significantes.

pessoas vivem sua cotidianidade. Ao mesmo tempo em que vivem essa cotidianidade, os indivíduos se inscrevem em relações de poder estruturadas e históricas, as quais extrapolam as suas práticas (LOPES, 1990, p. 85).

A recepção, partindo de um entendimento de Lopes (1996), é um processo e não um momento, isto é, ela antecede o ato de usar um Meio e prossegue a ele. Assim, é possível inferir que um sentido primeiro devidamente apropriado pelo receptor é por este levado a outros "cenários" em que costumeiramente atua (grupos de participação). Imagina-se então que uma mensagem de um programa de televisão, por exemplo, deva ser reapropriada várias vezes e que, portanto, o processo de circulação desses programas deve ser incorporado ao efeito de sentido que ela produz.

Assim como o conceito de *mediação*, a ideia constitutiva de *cotidiano* tem seu desenvolvimento teórico ligado à (re)discussão mais geral sobre os meios de comunicação de massa, tradicionalmente vistos a partir das concepções de alienação, manipulação, dependência ou colonialismo cultural. Esta perspectiva busca então encontrar mediações e não um sistema impositivo de mão única, onde só existe lugar para dominantes e dominados.

O cotidiano pressupõe uma dimensão a ser estudada por moldes de pesquisas mais sensíveis capazes de mostrar como as práticas cotidianas aparecem ligadas à recepção da televisão, por exemplo, conferindo-lhes novos sentidos ou influem na própria maneira a partir da qual estes são lidos, isto é, entendidos e apreendidos. Os diferentes modos de ler estão muito ligados às tradições, preocupações e expectativas da vida prática, incorporando-se, muitas vezes, a ela nas discussões familiares, alterando valores e comportamentos.

O USO SOCIAL DOS MEIOS

O principal ponto de referência para pensar este cenário de mediação parte dos conceitos de "Usos Sociais dos Meios", ganha força a partir dos anos 80 com o lançamento da obra "Dos Meios as Mediações" de Jesús Martín-Barbero que trata de verificar o que fazem as pessoas quando veem televisão ou escutam rádio ou leem jornal; o que fazem com a informação, como a usam para a sua vida diária. Para o filósofo espanhol, o

processo comunicacional deve ser analisado como um todo, de forma mais ampla, o que ele denomina de "análise integral do consumo", o que significa que o consumo deve ser entendido como um modo de circulação e popularização de sentidos.

Martín-Barbero acredita que as pessoas reinterpretem o que leem, ouvem ou veem tendo por base conhecimentos próprios os quais são influenciados pelo bairro em que elas moram, pela escola, local de trabalho, associações das quais fazem parte, religião, o que significa dizer que há interferência de diversos fatores sociais, culturais, políticos e educacionais, ou seja, de mediações. Portanto, o consumo deve ser considerado como um conjunto de práticas que produz sentido e não apenas assimila a cultura hegemônica. A complexidade da relação no ato de consumo também é estudado por Nestor Canclini (1989) como interações de colaboração e trocas entre os meios e os públicos onde ocorrem movimentos de assimilação, rejeição, negociação e alteração de função daquilo que os emissores propõem.

Ao propor a abordagem das lógicas dos usos, Martín-Barbero destaca, porém, que esta se diferencia da análise dos "usos e gratificações"⁵, uma vez que sua nova proposta de estudo não coloca a recepção dentro de um "espaço limitado" de mensagens que circulam, provocando efeitos e reações. Por isso Martín-Barbero propõe re-situar a comunicação no campo da cultura.

Segundo Jacks & Escosteguy (2005), considerando o pensamento de Martín-Barbero, através das mediações, é possível entender, fundamentalmente, a interação entre produção e recepção ou entre as lógicas do sistema produtivo e dos usos. Portanto o que se produz nos meios não responde unicamente ao sistema industrial e à lógica comercial, mas, também, a demandas dos receptores, ressemantizados pelo discurso hegemônico. A comunicação passa a ter o sentido de práticas sociais.

Martín-Barbero propõe, então, três lugares para entender a televisão a partir das mediações: a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural. Ainda segundo ele, a mediação cotidianidade familiar em relação à televisão não está limitada ao âmbito da recepção, mas está inserida no próprio discurso do meio. Esse aspecto se evidencia se considerarmos a proximidade, simulação de contato, que o veículo procura estabelecer com o telespectador. Quanto à temporalidade social, ele considera que

⁵ Considerada como um desdobramento da Teoria Funcionalista, a Hipótese do Uso e das Gratificações afirma que a adoção de um modelo de conduta ou de ação por um indivíduo é resultante de alguma gratificação, que pode ser o alívio das tensões, dicas culinárias, financeiras ou de moda, entre outros.

o tempo cotidiano é fragmentado, repetitivo, e se opõe ao tempo produtivo, o qual é medido. Sobre a competência cultural, ela pode ser interpretada como conhecimentos adquiridos pelos indivíduos, além da educação formal, por meio da cultura étnica, de bairros, enfim, conteúdos adquiridos pelas pessoas das mais variadas formas ao longo de suas vidas.

Na edição de “Meios e Mediações” lançada em 1990, Martín-Barbero propõe a transformação dessas mediações em três dimensões: sociabilidade, ritualidade e tecnicidade. Na edição publicada, em 2003, pela Editora da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), o estudioso apresenta um novo mapa referente às mediações, levando em consideração as novas complexidades das relações constitutivas entre comunicação, cultura e política.

O GRUPO FOCAL

A escolha pelo Grupo Focal como método de pesquisa neste *estudo de recepção* ocorreu pela possibilidade de interação grupal com trocas de experiências e de exposição de novas percepções, ideias e valores que favoreceriam o estudo da recepção com resultados mais criativos. Essa técnica gera possibilidades contextualizadas pelo próprio grupo de estudo. Oportuniza a interpretação de crenças, valores, conceitos, conflitos, confrontos e pontos de vista. E ainda possibilita entender o estreitamento em relação ao tema, no cotidiano. Assim expomos a principal premissa deste estudo, que considera o receptor como produtor social de sentidos e o cotidiano é o espaço primordial da pesquisa.

Para a aplicação da pesquisa foi escolhido o Batalhão de Eventos da Polícia Militar, uma vez que esta corporação vem tendo toda uma preocupação inovadora em treinar o efetivo para corretamente lidar com concepções de cidadania, movimentos sociais e acessibilidade sem perder a força tutorial do Estado, explica o major Luis Otávio. Foi feita uma única sessão de 2 horas com 15 membros da corporação⁶, que assistiram aos programas e em seguida responderam em grupo num debate informal sobre o programa. Assim, à medida que os colaboradores expressavam seus sentimentos e concepções por meio de perguntas rápidas, eles explicavam, argumentavam e desenvolviam a discussão

⁶ O grupo composto por 14 homens e 1 mulher, apresentou os seguintes dados: 66,7% de casados e 20% de solteiros, com idade entre 18 e 49 anos; 46,6 % católicos e 26,7 protestantes; A grande maioria (80%) com casa própria e com ensino superior (40%), tendo renda média de 3 a 5 salários.

naturalmente. Foi possível constatar a promoção do debate de forma criativa, alegre e sem censuras num meio em que o assunto gay e homossexual parecia um tabu.

A descrição dos hábitos de consumo dos meios de comunicação dos participantes revela uma frequência regular pelo uso da TV, jornal e internet como veículos principais de informação (46,7%), sendo desse total 26,7% usam apenas a internet, e 80% deles assistem regularmente a TV com preferência para programas de Esporte (46,7%). O instrumento utilizado não levou em consideração a origem desses Meios, se comprados pela própria pessoa, ou emprestados. A perspectiva de análise que interessa a este trabalho é a comunicacional. Não se pretende, com isso, excluir ou negar a existência de outras abordagens válidas e úteis à pesquisa do fenômeno empírico da recepção. Mas, por consistência analítica, foi privilegiada a entrada comunicacional para o estudo do fenômeno. Ou seja, a metodologia proposta visa não só ser um instrumento para captar a relação entre o receptor e as mensagens televisivas, mas também intervir pedagogicamente para a construção de uma atitude de reflexão frente aos meios e as mensagens. Para Barbero, "o trajeto metodológico é então aquele que vai do assistir em conjunto ao fato de dar às pessoas a possibilidade de contar o que viram" (2004, p. 175- 176). Porque uma coisa é a significação da mensagem, e outra é o sentido que o receptor atribui à ação de ouvir rádio ou de ver a televisão (2004, p. 232).

A partir de falas dos participantes sobre o programa "Bibas" obtidas no grupo focal, identificamos quais as mediações que predominaram nos comentários. Vale ressaltar que essa classificação foi realizada segundo a nossa interpretação das categorias expostas por Martín-Barbero na edição do livro *dos Meios às Mediações* (2003). A seguir apresentamos alguns exemplos. Por uma questão de norma jurídica da Polícia Militar os nomes dos participantes foram omitidos para preservar suas integridades físicas e morais e estão identificados por siglas como E1, E2, E3, etc.

COTIDIANIDADE FAMILIAR/SOCIABILIDADE

Na grande maioria do grupo (46,6% casado e em sua maioria entre 34 e 42 anos) o assunto não faz parte de suas rotinas principalmente no ambiente familiar e este assunto nunca é conversado com crianças. Em determinado momento E1 comentou que ter um "conhecido ou mesmo um parente gay não é algo normal ou não gostaria que fosse no seu

meio". E2 relata sobre a questão do meio e dá como exemplo um homossexual dentro de uma família evangélica que causa grande constrangimento. E3 também comenta a questão da "modinha desse negócio do cara querer virar 'viado', sapatão, sei lá oque..." onde nas praças e ruas adolescentes e até crianças se "pegam" imitando o "beijo gay" da novela da Rede Globo. E4 aproveita para criticar o posicionamento do governo na tentativa de criar uma moda com o "kit gay", levantando o questionamento de também haver respeito a família tradicional, já que ele próprio respeita o relacionamento homoafetivo. O grupo se mostrou apático quanto a relevância cultural do programa em suas cotidianidades.

COMPETÊNCIA CULTURAL / TECNICIDADE

Mesmo em tom pejorativo o termo "biba" não causou nem um tipo de desconforto na compreensão do seu contexto e gerou um processo de interação eficaz no grupo. E1 chega a comentar que a forma textual ganha destaque adequado no programa e ainda acrescenta que "esse tipo de gente quer se ver desse jeito". E2 retrucou dizendo que "gays são mais contidos, já as bibas são espalhafatosas e extremamente irritantes". O grupo também procurou se posicionar quanto as diferenças entre gays e travestis e acredita que o programa se direciona mais para os travestis. Ainda dentro dessa competência E3 fala da questão do direcionamento de abordagem de um policial com uma pessoa que intelectualmente se sente mulher mais fisicamente é um homem, e isto precisa ser reconceituado dentro da polícia para evitar procedimentos que gerem constrangimentos. Assim, notamos essa mediação quando os participantes se valeram de observações de situações próximas à realidade deles ao comentarem situações experienciadas, revelando, dessa maneira, alguns costumes.

TEMPORALIDADE SOCIAL / RITUALIDADE

Nesse tipo de mediação percebemos que o grupo não vê nenhum avanço ético, moral ou social no programa, principalmente quanto a forma de humor "pastelão" com que é tratada a questão da homossexualidade. Esse tratamento dentro da temporalidade do programa chega a ser "deplorável" segundo alguns participantes. O que nos levou a refletir

que a temporalidade para o grupo estava relacionada especificamente a fatores implícitos de pre-disposição preconceituosa ao caráter "anárquico" do programa e não exatamente ao discurso gay. Segundo E1 a "avacalhação o tempo todo" denigre a imagem do homossexual que para todos do grupo merece uma imagem mais adequada e respeitosa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa apresentada neste artigo formulou interpretações das mediações de um determinado público formado exclusivamente por militares com a televisão massiva protagonizada pela observação do programa "Bibas", categorizando os conceitos de "usos sociais dos meios", proposta por Martín-Barbero e por meio desse referencial teórico, conseguir entender a relação entre esse meio de comunicação e o público selecionado, inferindo os elementos predominantes na interpretação e percepção das mensagens para a produções de sentidos outros dos participantes.

A pesquisa sobre recepção dentro do campo da comunicação tem sido fundamental para a compreensão dos fenômenos comunicativos. E os deslocamentos propostos por Martín-Barbero têm despertado um novo rumo às pesquisas em Comunicação na América Latina. Essa tomada da recepção como objeto de estudo e, além disso, como um "lugar para a investigação", conforme estudamos, possibilitou inúmeras rupturas que trouxeram novos olhares para o campo. O receptor como parte importante do processo comunicativo, responsável pela produção de sentido, ativo, crítico e capaz de participar da comunicação é, inquestionavelmente, uma proposição renovadora para a área.

Ao nos debruçarmos sobre as ideias deste autor, pudemos levantar as principais linhas de seu pensamento em relação à recepção, como o reconhecimento da atividade do receptor, a superação de um modelo focado exclusivamente nos meios e a importância de se considerar a *Mediação* e o *Cotidiano* nos estudos da área. Além disso, é proposta a passagem dos "meios às mediações", paradigma considerado importante por esses pesquisadores, significando o abandono da pesquisa focada exclusivamente nos meios de comunicação de massa. A mediação seria a responsável por integrar cultura e comunicação na processualidade do cotidiano, sendo este conceito o ponto fulcral de um sentido processual na comunicação.

Finalmente cabe destacar que a proposta metodológica para o Estudo de Recepção aqui delineada é um desafio, mas mostrou-se absolutamente possível de ser executada e de ser provada como condição para que estes estudos tenham maior respaldo científico. Consideramos, portanto, a pesquisa de recepção uma vertente adequada à compreensão mais efetiva do processo de Comunicação.

REFERÊNCIAS

CANCLINI, N.G. *Culturas Híbridas: Estratégias para Entrar e Sair da Modernidade*. Tradução Heloísa Pezza Cintrão, Ana Regina Lessa; - São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

JACKS, N; ESCOSTEGUY, A. C. *Comunicação e Recepção*. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

LOPES, Maria Immacolata V. *Pesquisas em comunicação. Formulação de um Modelo Metodológico*. São Paulo: Loyola. 1990.

_____. *Revista Comunicação & Educação*, São Paulo, p. 41 a 46, mai./ago. 1996.

MARTÍN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. 9ª ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.

_____. *Ofício de Cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. Tradução: Fidelina González. São Paulo: Edições Loyola, 2004