ISSN 1516-5981

revista de estudos sobre práticas de recepção a produtos mediáticos

ano 1 número 2 2º semestre de 1998

novos olhares

Expediente

Novos Olhares

Revista de Estudos Sobre Práticas de Recepção a Produtos Mediáticos é uma publicação semestral do Grupo de Estudos sobre Práticas de Recepção a Produtos Mediáticos do Departamento de Cinema, Rádio e Televisão da ECA-USP.

Ano I- número 2 - 2º semestre de 1998

Anna Maria Balogh
Angelo Pedro Piovesan Neto
Eduardo Penuela Canizal
Gisela Swetlana Ortriwano
Ismail Xavier
José Manuel Moran Costas
Maria Tereza Fraga Rocco
Mauro Wilton de Sousa
Regina Festa
Sérgio Adorno
Conselho Editorial

Ricardo Castanho de Vasconcelos
MTB 46219-046299/98-44
Jornalista Responsável

Mauro Wilton de Sousa
Rafael Luís PompéiaGioielli
Secretaria Editorial

Amauri Moreira
Diogo Ribeiro Vallin
Rafael Luís Pompéia Gioielli
Rita de Cássia Mauricio
Richard Romancini
Editoração Eletrônica e Revisão

Rafael Luís Pompéia Gioielli
Ricardo Castanho de Vasconcelos
Logomarca e Projeto Gráfico

Cartas e colaborações para a Novos Olhares devem ser dirigidas à Redação, no endereço abaixo, devidamente assinadas e com endereço e telefone para contato. A Redação reserva-se o direito de aceitar ou não as colaborações. As opiniões emitidas nessa publicação não expressam necessariamente a posição da revista.

Departamento de Cinema, Rádio e TV,
Escola de Comunicações e Artes da USP.
Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443,
Cidade Universitária, São Paulo-SP
CEP: 05508-900
Tels.: 818-4484 / 818-4012
Fax: 818-43*16*
E-mail: olhares@edu.usp.br

Sumário

Editorial
Grupo de Estudos sobre Práticas de Recepção a Produtos Mediáticos
3

O telespectador-consumidor: de olho no bolso
Caroline Eades
4

Rádio: interatividade entre rosas e espinhos
Gisela Swetlana Ortriwano
13

Debate: O controle social daTV
Marta Suplicy
31

Estudo sobre o conceito de mediação
Luiz Signates
37

Bibliografia Comentada
50

Ficha catalográfica elaborada pelo Serviço de Biblioteca e Documentação - ECA/USP

Novos olhares : revista de estudos sobre práticas de recepção a produtos mediáticos / publicação do Grupo de Estudos sobre Práticas de Recepção a Produtos Mediáticos do Departamento de Cinema, Rádio e Televisão da Escola de Comunicações e Artes [da] Universidade de São Paulo. — Vol. 1, n. 1 (1. Semestre 1998)-. — São Paulo: O Departamento, 1999-
v.; 28 cm

Semestral
ISSN 1516-5981

1. Comunicação - Periódicos 2. Televisão - Periódicos 3. Rádio - Periódicos I. Grupo de Estudos sobre Práticas de Recepção a Produtos Mediáticos

Editorial

Talvez se possa dizer que de fato vivemos neste final de século o período de discussão de grandes problemáticas, enquanto grandes questões que nos aguçam sem um denominador único e comum como fator central e final de explicação e análise. Em comunicação isso parece oportuno. Se nas ciências humanas e sociais vivenciamos ontem período dos grandes paradigmas explicativos da realidade, hoje se dá o oposto, a busca da criação de novos suportes explicativos para uma realidade em mudança, de forma intensa e crítica.

Essas considerações introduzem a temática da recepção, na intimidade de seu campo de estudos, vivendo hoje menos a aplicação imediata de paradigmas e mais a procura de suportes explicativos, centrados não na verticalidade da verdade, mas na horizontalidade da dúvida e do debate.

O presente número de "Novos Olhares" é todo dedicado a um conjunto dessas problemáticas que permeiam o mundo da recepção, e esse é o ponto integrador, como que uma racional que une o diverso presente nos artigos ora apresentados.

Observe-se, por exemplo, como no texto de Eades, ganha elementos novos de análise a consideração sobre o receptor - consumidor sob o ângulo das motivações financeiras que permeiam a relação do emissor com ele. Não se questiona a importância do dinheiro nas relações criadas com o receptor, mas são relações vistas agora de forma mais próxima, qualificadas não mais sob a égide da estrutura social, distante enquanto categoria de análise e nem sempre visível no imediato das relações que se criam com a TV e vice-versa.

Uma outra problemática é abordada por Ortriwano ao falar da interatividade. Sempre se reclamou que o desenvolvimento tecnológico dos grandes meios de comunicação à distância não possibilitaram sob este mesmo ponto de vista tecnológico o direito à resposta, a curto prazo e ao vivo, frente ao emissor. A interatividade passa a se configurar como uma problemática exatamente porque passou a ser o sonho contemporâneo da comunicação social dialógica. E Ortriwano procura mostrar como essa perspectiva se desenvolveu, apesar de rosas e espinhos, inerente à trajetória do rádio moderno.

O debate com Marta Suplicy aborda um outro ângulo de questões, ou seja, como ficam os direitos do receptor mediático diante de uma rede emissora cada vez mais livre e autônoma na definição do que pode e deve, poderia e deveria ser comum a um conjunto de cidadãos frente à televisão cotidiana. É a instigante questão do controle social da televisão no contexto de uma sociedade ao mesmo tempo nos caminhos da democracia e do neoliberalismo.

Signates avança com outra problemática quando introduz o debate sobre o que de fato vem significando, na temática da recepção, a questão das mediações presentes no processo. De forma criteriosa procura desvendar a pluralidade de construções presentes no uso dessa categoria, hoje cara a diferentes posturas explicativas em comunicação a partir da cultura.

O presente número de "Novos Olhares" termina de forma inovadora propondo uma bibliografia comentada, não sobre obras e autores especificamente, mas sobre o lugar destes em temáticas mais amplas, como a da própria recepção mediática.

Com a certeza de que esta edição de "Novos Olhares" dá sequência à busca de novos suportes explicativos das práticas de comunicação, no contexto brasileiro de discussões e pesquisas à respeito, fica o convite para uma profícua leitura dos textos propostos.