

ano 2 número 4 2º semestre de 1999

ISSN 1516-5981

revista de estudos sobre práticas de recepção  
a produtos mediáticos



**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 II - número 4 - 2º semestre de 1999

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

### Conselho Editorial

Mauro Wilton de Sousa  
Rafael Luís Pompéia Gioielli

### Secretaria Editorial

Andréa Midori Simão  
Priscila Delgado de Carvalho  
Rafael Luís Pompéia Gioielli

### 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.: 3818-4484 / 3818-4012  
Fax: 3818-4316 / 3031-2752  
e-mail: olhares@edu.usp.br

# Sumário

Apresentação

3

**Alice do País do videodrome: de como os receptores foram tragados pela interatividade da comunicação eletrônica**

*Ciro Marcondes Filho*

4

**A contaminação da AIDS pelos discursos sociais**

*Antonio Fausto Neto*

12

**Entrevista com Octavio Ianni: Globalização e Comunicação**

21

**Internet e Ação Comunicativa como elementos do Espaço Público sob uma perspectiva habermasiana: crise e transição**

*Ronaldo Nunes Linhares*

29

**Bibliografia comentada: Estudos Culturais e recepção**

*Ana Carolina Escosteguy*

44



**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

# Apresentação

Há todo um contexto na vida política e social na contemporaneidade, aliado a processos de transformação das condições de produção e de uso das tecnologias, indicando a presença de novos processos de mediação na configuração do lugar da comunicação na vida social. É a própria comunicação, envolvendo seus múltiplos suportes e contextos sociais, sinalizando que se redefine e se institucionaliza. É um processo socio-cultural que se mostra com novos traços.

A recepção mediática perpassa esse mesmo caminho de transição e de crise, nesse contexto de uma emergente ambiência cultural. De um lado, as novas tecnologias criam divisores de água cada vez mais nítidos, sugerindo outros modos de se comunicar. Introduzem a redefinição do modo como se vivencia o tempo e o espaço, e, portanto, interferem na prática cotidiana da vida das pessoas. Por outro lado, o processo da globalização que marca a vida política, econômica e social do mundo capitalista contemporâneo, dá uma outra face, com indicações de que participa efetivamente dessa nova ambiência, a mesma que coloca a comunicação como centralidade da vida social.

E a recepção que procurava se definir ante suportes mediáticos de grande alcance, que se buscava comunicante como sujeito e componente de um público crítico, que se questionava ante limitações da interatividade tecnológica que a fazia dividida entre razão e emoção, indivíduo e sociedade, informação e entretenimento, está agora à busca de um outro perfil. E passa a se espelhar em novas mediações como a dos modos de vida, da fala, da velocidade, dos espaços e lugares sem tempo.

O presente número de *Novos Olhares* contribui para o debate desse processo de transição-redefinição da recepção mediática. Já no texto de *Ciro Marcondes Filho*, que abre a presente edição, é reconhecido que no século 21 ter-se-ia uma nova ambiência: “o espírito do século 21 será efetivamente o das virtualidades, das ações à distância, da telepresença, da grande massa dos conectados, um exército social de reserva que cada vez mais se vê apenas pela mediação esterelizante, higiênica, distanciada das telas”. E o que será recepção mediática nesse contexto?

Em outra perspectiva, *Antonio Fausto Neto* aponta que “a recepção é uma construção”, e a partir de análise de falas mediáticas sobre a AIDS, sugere que a fala-recepção se dá nas fronteiras simbólicas que estruturam diferentes modos de falar.

Já *Ronaldo Nunes Linhares* serve-se do pensamento habermasiano para identificar a recepção como componente de um processo de comunicação permeado hoje por novas tecnologias, mas processo-espaco de criação de competências, de “uma nova racionalidade para satisfazer a necessidade de novos espaços de participação, novas formas de pertencimento, práticas absolutamente humanas”.

A entrevista com *Octavio Ianni* introduz a questão da recepção em seu nexo com a sociedade globalizada, expressão renovada de uma sociedade de interesses sustentados no mercado, contexto que gera e alimenta o receptor mediático. O conflito traduz-se então, na experiência de sociedades democráticas, como o modo em que se constroem lutas e onde as práticas de recepção se integram e explicam.

A bibliografia comentada apresentada por *Ana Carolina Escosteguy*, retoma debates teóricos sobre os suportes explicativos para a análise da recepção mediática. A obra de *Pertti Alasuutari*, recentemente lançada, envolvendo a contribuição de vários autores, indaga sobre a emergência de uma nova geração de estudos de recepção, em décadas recentes, à luz das contribuições dos Estudos Culturais.

O debate e a polêmica se mostram, pois, no cerne mesmo dos modos como se compreende hoje, criticamente, a recepção mediática.