

Laan Mendes de **BARROS**
Universidade Metodista de São Paulo – Brasil

ENTREVISTA

O campo da Comunicação e os estudos de recepção



Entrevista: Antonio Sardinha
Mauro de Souza Ventura
Verônica Alves Lima

Produção e edição: Michelle Moreira dos Santos
Tássia Caroline Zanini

Realizada em: 27 jun. 2011

Doutor em Ciências da Comunicação, Laan Mendes de Barros é professor e coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da UMESP e desenvolve pesquisas nas áreas de teorias da comunicação, comunicação e cultura, estudos de recepção, música e mídia.

ENTREVISTA

O CAMPO DA COMUNICAÇÃO E OS ESTUDOS DE RECEPÇÃO

Laan Mendes de Barros

Os desafios teóricos e epistemológicos do campo da comunicação e apontamentos sobre os estudos de cultura, mídia e recepção são temas da entrevista do professor Laan Mendes de Barros à **Revista Comunicação Midiática**.

Parte I

“As dimensões do nosso campo estão nos contornos, mesmo hoje muito híbridos, muito fluidos dos meios”

Revista Comunicação Midiática – *Como o senhor hoje avalia o debate em torno da pesquisa em Comunicação enquanto campo científico? Comente seu olhar como pesquisador e também como suas pesquisas têm dialogado para essa preocupação.*

Laan Mendes de Barros – Eu entendo que a discussão sobre o campo da Comunicação é uma discussão permanente e dinâmica. Dá-se ao longo de algumas décadas e se dará ao longo de outras tantas décadas, porque o nosso objeto de estudo é bastante dinâmico. Há uma transição no momento presente de uma discussão que se fazia no contexto da cultura de massa para um universo de cultura em rede. Portanto, nosso objeto de estudo experimenta constantemente transformações que nos obrigam também a olhá-lo de maneira dinâmica e em movimento. Mas, algo que me chama muito a atenção, quando nós discutimos o nosso objeto, ou o nosso campo de estudo, é a questão da própria natureza da nossa disciplina que nalgumas aproximações parece reunir apenas conhecimentos técnicos, que envolve sua dimensão teórica. O próprio título da disciplina, Comunicação, parece denominar um conjunto de saberes técnicos, práticos. Além de saber fazer comunicação, é preciso saber pensar a comunicação. Não convém que a comunicação seja pensada apenas por outros cientistas, de outras disciplinas que nos tomam como objeto de estudo. Venho trabalhando nos últimos anos na perspectiva de pensarmos a Comunicação a partir de dentro da Comunicação. Ou será que sempre

teremos que nos limitar à condição de objetos de pesquisa de outras ciências, de outras disciplinas? Essa problematização que venho trabalhando sobre a dimensão do comunicador *comunicólogo* – que faz e é capaz de pensar o seu fazer.

Essa é uma discussão epistemológica porque quem vai discutir o próprio pensamento da Comunicação, a teoria da teoria da Comunicação. As dimensões, limitações, e delimitações do nosso campo envolvem um debate que extrapola, portanto, uma questão apenas dos enquadramentos profissionais. Seria aí que teríamos nosso enquadramento? É na condução das nossas atuações profissionais que devemos nos



organizar como campo de conhecimento? Este é o centro das reflexões que tenho feito nos últimos anos sobre a própria natureza do campo da Comunicação. A maneira que muitas vezes ela é tomada, lamentavelmente, vem favorecendo certa fragmentação do campo, especialmente na área da graduação, em segmentos profissionais – de jornalismo, de publicidade, de relações públicas, radialismo, etc. Isso tudo, nos leva a uma ênfase na dimensão prática, técnica, do fazer da profissão, das demandas das estruturas de mercado. E não, do pensar a própria Comunicação como problemática a ser estudada academicamente, cientificamente.

Quando a ênfase se dá na dimensão profissional, corremos o risco de travar, de obstruir a caminhada do pensamento comunicacional construído nas últimas décadas. Não devemos voltar às categorias que estavam presentes nos anos 70, 80. E essa categorização não cabe mais nestes tempos de sociedade em rede, tempos de comunicadores plurais. No contexto atual não dá para entender que retornemos a trabalhar de maneira segmentada.

Eu não estou dizendo que não deva haver espaço para o recorte temático de linhas de pesquisa, de pesquisas individuais, de grupos de pesquisa. Mas eu temo que essa fragmentação fragilize o nosso campo de estudos e nos leve a perder, em parte, algo que se construiu com muito debate ao longo dessas décadas, que nos permite falar

de um campo autônomo, um campo que tem a sua especificidade, que tem objeto particular de estudo por mais que ele seja híbrido, fluido, dinâmico; um campo que reúne referenciais teórico-metodológicos próprios e desenvolvimento em pesquisa. Essa fragmentação pode, justamente, nos fazer dar um passo atrás. Onde é que estão os limites dessa ou daquela área profissional, desse ou daquele meio, em tempos de articulação, de sobreposição, de hibridações que nós vivemos hoje? Portanto, eu creio que nós estamos num contexto de reafirmação da área, que traz um desafio para quem estuda Comunicação hoje: pensá-la para além do que é pensar o fazer comunicacional. A Comunicação é mais do que só este ou aquele campo de atividades, de atuação profissional. O contexto da sociedade em rede em que vivemos implica em articulações, é um sistema de nós, de fluxos; não mais, de gavetinhas e escaninhos.

RCM – *Seria então um retrocesso pensarmos, ou buscarmos, uma Teoria do Jornalismo? Ou buscarmos uma teorização originada das práticas, ou desses saberes profissionais? Se pensarmos que um campo se constitui na medida em que ele se constrói teoricamente. Todas as nossas práticas profissionais precisariam para se estabelecer, enquanto ciência, gerar uma prática teórica específica - esse é um embate que dificulta nossa área.*

LMB – Volto à questão: a Comunicação como elemento estruturante da vida em sociedade é a mesma Comunicação que está presente em diferentes áreas de atuação. A essência dessas atividades profissionais, hoje cada vez mais sobrepostas, cada vez mais híbridas ou hibridizadas, é a Comunicação. É verdade que se pode dizer: ali se dá uma dimensão mais informativa, ali mais artística, ali a dimensão é de entretenimento, naquele caso é de natureza mais mercadológica ou mais organizacional. Eu não digo que não haja espaço para uma Teoria do Jornalismo, ou de uma Teoria das Relações Públicas e assim por diante. Mas essas teorias explicam parte do nosso campo, que em seu todo é a Comunicação. Então, na minha visão, essa fragmentação – eu não sei se é um retrocesso – não nos ajuda na constituição e consolidação do campo. Até porque, essas divisões estão um tanto diluídas no contexto da sociedade em rede, amparada por tecnologias digitais. Vamos ter o quê? Uma Teoria do Radialismo – mas o que é o rádio? É rádio, televisão e também internet, aparatos móveis? O que é o mundo do Rádio, da Televisão, do Radialismo, do Jornalismo nos dias de hoje? O próprio Jornalismo é o quê nos tempos em que estamos? Nós estamos falando da redação, do

repórter, das clássicas funções desempenhadas? Eu acho que tudo isso reflete uma lógica um tanto funcionalista, na qual cada um cumpre seu papel, sua função. Eu não diria que é um retrocesso, que voltamos para trás, mas acho que isso nos fragiliza na consolidação da área.

RCM – *Teríamos condições de afirmar com precisão: qual a natureza do saber comunicacional? Como é que a Comunicação enquanto campo poderia ser pensada interdependente, autônoma diante das outras ciências? E que tipo de saber a Comunicação pode propor do ponto de vista científico que a caracterizaria como tal?*

LMB – Eu creio que ela já tem um referencial teórico próprio, métodos e metodologias próprias que justificam ser entendida como campo independente, embora de dimensão interdisciplinar. Mas é autônomo, onde a reflexão sobre os fenômenos da Comunicação pode ser feita de maneira singular, ou pelo menos particular, a partir de um ponto de vista, onde o próprio comunicador se coloca também, não só como objeto de pesquisa de outras disciplinas, mas também como sujeito da pesquisa, sujeito desse conhecimento que se constrói. Há um avanço, na minha visão, quando pensamos Comunicação não só como campo de conhecimentos técnicos; nela há um saber que também se projeta no entendimento dos fenômenos sociais, políticos e culturais em sua dimensão comunicacional. Os fenômenos sociais não têm desdobramentos de natureza comportamental, econômica, política, etc.; eles também se dão na esfera comunicacional. Eu quero dizer que a Comunicação é elemento hoje estruturante das relações sociais. A Comunicação é parte da estrutura da sociedade, da dinâmica social. Entender os fenômenos comunicacionais é entender, em parte, a vida na contemporaneidade. A contribuição da pesquisa em Comunicação está em construir saberes que ajudam a entender as relações sociais, as relações humanas – não apenas de uma maneira sociológica, antropológica, ou psicológica – mas a partir do entendimento dos processos de produção de sentido, da articulação de conhecimentos nos espaços midiáticos e também não midiáticos. Enfim, a Comunicação se apresenta como elemento mediador das relações sociais.

RCM – *Esse seu raciocínio nos conduz ao conceito de mediação, ou de mediações? Em caso positivo, como e em que medida esse conceito tem sido importante na sua trajetória como pesquisador da área?*

LMB – Eu entendo que sim. Porque mais do que pensar a Comunicação como um campo de saberes e de domínios técnicos, centrado nas tecnologias dos meios e numa visão instrumental, que se volta à prática de uma ‘comunicação eficiente’, entendo que quando pensamos para além da dimensão técnica, estamos falando, sim, da Comunicação como elemento mediador das relações humanas e sociais. E, dialeticamente, podemos também pensar a Comunicação a partir das mediações sociais e culturais com as quais os sujeitos do processo comunicacional se articulam com os fenômenos comunicacionais.

RCM – *Não haveria um risco ao se trabalhar com esse conceito de se alargar demais o território de pesquisa?*

LMB – Pois é. Há mesmo alguns autores, como Martino, por exemplo, que questionam o risco de uma certa dispersão quando você desloca esse olhar “dos meios para as mediações”, nas palavras de Martín-Barbero. Aliás, Ciro Marcondes também faz questionamentos a respeito de uma sociologização de nosso campo, de uma dependência sociológica do pensamento comunicacional, que resulta numa perda de identidade de uma disciplina autônoma. Eu reconheço que não é possível trabalhar com tudo, com uma dispersão onde tudo vai ser visto como comunicação ou mediação; se assim fosse, as mediações estariam descoladas dos fenômenos comunicacionais propriamente ditos. Entendo que falar de mediações é ir além dos processos comunicacionais nas suas dimensões, ou nas limitações, midiáticas. Mas é preciso pensar os meios mais as mediações; e não, as mediações contra os meios. Eu sigo entendendo que **as dimensões do nosso campo estão nos contornos, mesmo hoje muito híbridos, muito fluidos dos meios**. Então, quando falamos de Comunicação, falamos da Comunicação no contexto midiático. Não penso em Comunicação no campo dos transportes, da arquitetura, ou dos desenhos das nuvens, da movimentação dos ventos, ou coisa parecida. Penso Comunicação que de fato é trabalhada de maneira intencional, de maneira institucionalizada, ou mesmo em caráter de movimento, mas da Comunicação que se opera no campo das organizações e das mídias. Mas, a disciplina é mais do que Midiologia. Ela pode ser pensada como Comunicologia, com abrangências que vão além dos meios como elementos que limitam as abordagens às dimensões mais técnicas, ou tecnológicas, do nosso objeto de estudo.

RCM – *A Comunicação assume um papel de produtora de sentido contemporâneo? Pensando-a como campo que se relaciona com outros campos, ela é uma fonte produtora de sentido?*

LMB – Quando disse que a Comunicação tem uma dimensão estruturante dentro da sociedade é porque hoje as relações de tempo, espaço passam por mediações que estão presentes nas relações comunicacionais, sustentadas pelo aparato midiático e tecnológico com os quais lidamos. Milton Santos já nos ensinara isso, ao observar que as nossas percepções do tempo, do espaço, do outro, de nós mesmos, das instituições, das organizações, da vida política, da cidadania, etc. passam pelos domínios das técnicas e do aparato comunicacional. As percepções de cada um em relação ao seu lugar social, do seu tempo histórico estão balizadas pelas mediações presentes nas relações comunicacionais. Então, é nesse sentido que digo que a Comunicação funciona hoje como elemento estruturante da vida em sociedade. E, a partir daí, a possibilidade de estudarmos essa dimensão da estruturação e não todo e qualquer problema social, ou todo e qualquer problema cultural, mas essa dimensão estruturante da vida em sociedade é que pode ser o nosso objeto de estudo, permeado por relações que são tecnológicas, é verdade, mas que não se esgotam somente na sua dimensão midiática, ou midiaticizada. A Comunicação vai além dessa dimensão, ela tem a dimensão da produção de sentido, o que efetivamente vai gerar a ação e as transformações da sociedade, que são importantes para a vida social. **As percepções de tempo e espaço estão nos sentidos que as informações, ideias e sentimentos veiculados no espaço midiático ganham no pólo de chegada, no campo da recepção.**



RCM – *Essa perspectiva que se delinea para a área também traz um desafio metodológico. Como abarcar todas essas questões, todas essas nuances metodológicas no trabalho de pesquisa?*

LMB – A questão metodológica é uma questão ampla porque depende muito dos objetos e objetivos da pesquisa. Pode-se lançar mão desta ou daquela metodologia, deste ou daquele procedimento metodológico. Tudo depende das questões que se colocam como prioridade, ou como problema de pesquisa. Se as questões estão, por exemplo, no espaço da produção de sentido, dependendo da maneira como se vê a Comunicação, cabem pesquisas que articulem os processos da produção da mensagem, da poética, com as perspectivas da recepção dessa mensagem, no campo da experiência estética. Diferentes metodologias podem ser usadas, a partir de diferentes estratégias de estudos. Eu não sei se podemos hoje pensar num método, numa metodologia (aliás, métodos e metodologia são coisas diferentes). O método pressupõe um entendimento conceitual-teórico daquele campo, portanto, se entendemos aquilo dentro de uma concepção histórica, política, diacrônica, mais complexa. Ou não, se entendemos de uma maneira mais objetiva, sincrônica, pontual, formal – pensando mais na perspectiva conjuntural, buscando maior objetividade. Enfim, depende muito. Eu creio que a Academia tem espaço para todas essas perspectivas, ou várias perspectivas metodológicas. Eu não arriscaria dizer de uma metodologia ideal para se pensar a Comunicação na contemporaneidade, ou mesmo, em particular, as questões da produção de sentidos. Entendo que são várias as metodologias, assim como são várias as perspectivas teóricas nas quais se pode lidar nesse campo.

Parte II

“A recepção é mais do que reinterpretar para os pares mais próximos a forma como uma informação foi apreendida e compreendida”

RCM – *Como você vê a influência dos estudos culturais na pesquisa em Comunicação no Brasil?*

LMB – É inegável a contribuição dos Estudos Culturais no pensamento comunicacional latino-americano. Aliás, já está bastante consolidado, que existe essa contribuição,

sobretudo, nas articulações de Comunicação e Cultura – articulações bem-vindas que nos levam a pensar a Comunicação em sua dimensão cultural. E, mais do que pensar Comunicação de maneira genérica na sua relação cultural, inserir, de fato, o debate da Cultura em uma perspectiva que ultrapasse a estratificação da cultura seja erudita, popular, massiva. Estou convencido de que as contribuições de Thompson, Williams, Hall são muito importantes para os estudos de Comunicação, tanto para entender as organizações da mídia, as políticas de Comunicação, quanto os Estudos de Recepção. Os Estudos Culturais trazem uma contribuição relevante para pensar a Comunicação na sociedade. Aquela escola já está reconhecida e legitimada na construção do pensamento comunicacional latino-americano em geral. Creio, no entanto, que precisamos fazer articulações também com outras correntes teóricas. Entendo que o pensamento comunicacional latino-americano é herdeiro, em boa medida, daqueles autores, que discutem questões de etnias, de gênero, de minorias e classes sociais, questões que trazem a Comunicação para a esfera da política – é cultura, mas não esvaziada de sua dimensão política. Mas o pensamento comunicacional em nosso continente também bebe das águas de outras escolas. Isso fica bem claro nos estudos de recepção, campo no qual venho trabalhado mais atentamente. Existem influências importantes, nem sempre explicitadas, da Hermenêutica francesa e da Escola de Konstanz, por exemplo. No caso desta escola alemã, as articulações se dão com o universo da Literatura, em estudos que receberam o nome de Estética da Recepção. Autores como Wolfgang Iser e Hans Jauss, deveriam comparecer com mais frequência em nossos referenciais teóricos, tanto nos estudos de Comunicação e Cultura, quanto nos estudos de recepção. O mesmo vale para o pensamento de Paul Ricoeur e outros autores da hermenêutica francesa. Seria bom. E o curioso é que eles são contemporâneos da Escola de Birmingham, e, de certa maneira, se sustentam numa mesma postura que vem do pensamento marxista não ortodoxo. Está na hora, talvez, de diversificarmos um pouco essas referências, sem com isso desvalorizar o que o pensamento dos Estudos Culturais traz para a formação do pensamento comunicacional no Brasil e na América Latina.

RCM – *A sua vertente dos estudos de recepção está ligada a Escola de Konstanz?*

LMB – Em parte. Eu não diria que é só da Escola de Konstanz. Eu tenho procurado compreender de maneira mais plural os Estudos de Recepção, tanto bebendo das águas daquela escola, como também dos Estudos Culturais e da Hermenêutica. Tenho

estudado, especialmente, Paul Ricoeur e outros autores franceses que trabalham com os processos de interpretação. Por exemplo, fazendo um paralelo entre o que o Martín-Barbero propõe no descolamento “dos meios às mediações” e o deslocamento “do texto à ação” proposto por Paul Ricoeur. O sentido não está preso, contido no texto, mas está presente e vivo nas ações decorrentes das leituras que são feitas do texto. E isso não é diferente do que os autores de Konstanz também



apresentam como formulações das apropriações praticadas no campo da recepção, onde se dá uma nova poética na experiência estética. (Aliás, na expressão “estética da recepção” existe uma certa redundância, afinal de contas, recepção já é estética, já é aisthesis). Essa dimensão existe nos textos de Iser, Jauss e vão justamente propor a articulação entre poiesis, aisthesis e karthasis. A produção de sentido extrapola aquele esforço de entendimento por parte do receptor do que foi falado pelo emissor. Daí, entendo que haja essa necessidade de articulação. O principal autor dos Estudos Culturais discutido no Brasil e na América Latina, Stuart Hall, trabalha com o conceito de codificação/decodificação. Não daquela maneira linear da Teoria da Informação, mas de uma maneira mais complexa, mais dialética; no entanto, ele continua usando as ideias de codificação/decodificação. Já em Ricoeur encontramos a ideia da interpretação, das apropriações de sentido numa outra dimensão, que extrapola aquele regramento da ideia de explicação, de entendimento, para, de fato, pensar na apropriação como compreensão e efetivamente em processos de interpretação e produção de sentido. E aí há uma interação entre os sujeitos que se encontram no espaço-tempo da obra, que se ocupam da mensagem. E esse encontro se dá numa dupla relação da produção de sentido, dupla poiesis.

RCM – *Parece muito particular o recorte que você faz dos Estudos de Recepção. Que outros pesquisadores pactuam com você essa filiação muito pertinente ligada à*

Hermenêutica francesa – a Jauss, Iser – e aos Estudos latino-americanos de recepção – a Barbero, Canclini?

LMB – Martín-Barbero e Canclini não estudaram na Inglaterra. Martín-Barbero estudou na Bélgica, na França e, além de outros autores, claro que também estabelece diálogos com o pensamento dos Estudos Culturais. Mas fica bastante evidente que a reflexão dele (Martín-Barbero) vem da Hermenêutica, que é uma maneira mais complexa, dinâmica de pensar esse recorte. O pensamento latino-americano não é só uma atualização dos Estudos Culturais, ou um desdobramento. Há mesmo certa ênfase na predominância dos Estudos Culturais, talvez, porque a Escola Latino-americana – o próprio Martín-Barbero, Canclini, Orozco – tem a gênese desse pensamento no contexto político que nossos países se encontravam nos anos 60, 70, 80. Os Estudos Culturais nos ajudam muito a pensar os fenômenos culturais da sociedade, sobretudo no que se refere aos estudos de recepção, trabalhando com grupos populares, suas identidades, o contexto das comunidades em que a Comunicação está inserida. Mas, na minha visão, muito dessa herança se baseia num pensamento político que, por um lado, questionava os poderes constituídos e, por outro, trabalhava a ideia de um imperialismo norte-americano, que levava às discussões sobre colonização, pós-colonização, e à questão do reconhecimento nesse contexto. Talvez, precisemos aprofundar, fazer novas articulações com outras perspectivas. E creio que eu não sou tão singular nessa visão. Outros já se anteciparam. Entendo que é algo que começa a suscitar discussão em vários autores.

RCM – *Diante desse contexto, como é que os Estudos de Recepção podem se posicionar para compreender a produção de sentido nessa interface crítica entre Comunicação e Cultura?*

LMB – Para pensar hoje a recepção, precisamos fazê-lo de uma maneira complexa, porque o receptor contemporâneo – com o advento da sociedade em rede, das tecnologias que permitem interconexões, desintermediações – precisa ser visto como alguém que não é um mero ponto final de uma linha. Ele faz parte de uma rede que está estabelecida, mesmo que a conexão muitas vezes seja limitada, ou a participação seja pouco intensa, reduzida a manifestações pontuais como “gostei” ou “não gostei”, de forma muito superficial. Também é verdade que em tantos outros momentos existe

efetiva recriação, reelaboração dos sentidos e a produção de outros discursos. Manuel Castells é um autor-chave para pensarmos isso, no contexto da sociedade em rede, o que nos leva a novas problemáticas a serem tratadas pelos Estudos de Recepção. Repito: o receptor se caracteriza não mais como alguém passivo, que no pólo de chegada, fique reduzido a um receptáculo. Na sociedade interconectada, ele é alguém capaz de reelaborar sentidos em seu pequeno grupo de influência, e repercutir esses sentidos. Agora, mais do que nunca, essa reelaboração e difusão de sentidos se dão em processos muito rápidos, ligeiros, de grande repercussão, em várias áreas da comunicação. E aqui, sim, a segmentação precisa ser explicitada e bem entendida, como por exemplo, quando pensamos a comunicação do ponto de vista mercadológico, como na comunicação chamada “viral”, que impõe dinâmicas de informação cuja repercussão se dá de maneira célere e com grande poder de proliferação.

Tal cenário tecnológico e cultural obriga um redimensionamento dos estudos de recepção. Hoje eles devem ir muito além da perspectiva lançada por Lasswell, em 1948, que caracterizava o receptor como aquele que é atingido pelos meios. Hoje, ultrapassamos até mesmo o receptor ativo - que foi retrabalhado pelo grupo de Konstanz, nos estudos de Hermenêutica, e pelo grupo de Birmingham. **A recepção é mais do que reinterpretar para os pares mais próximos a forma como uma informação foi apreendida e compreendida**, como se deu o processo de apropriação para fins de interpretação e produção de sentidos. Isso agora fica potencializado na medida em que se dá um passo adiante: a partir de uma informação é possível fazer novos discursos e repercuti-los. Então, aquela ideia inicial da experiência estética que estava presente nos estudos de recepção da Escola de Konstanz, por exemplo, ou nas reflexões sobre experiência estética de Mikel Dufrene, pode ser retomada. Mas, essa recriação não se limita somente em constituir um novo sentido, a partir de uma nova poiesis criada, que possivelmente pode gerar comportamentos, reivindicações, conquistas. Agora, os aparatos móveis, a telefonia celular, a interconexão dos meios, permitem outras dinâmicas de captação, sistematização, armazenamento, representação e repercussão, que não ficam limitadas somente ao momento de fruição, mas se reconstituem, ou se reelaboram, em novas produções de sentido difundidas na grande rede de informações.

Eu não quero dizer que todo o mundo é dono da produção de conteúdo – não sou tão ingênuo em pensar o mundo da Comunicação dessa maneira. Mas eu creio que essas

situações nos obrigam a pensar a Comunicação para além de uma relação emissor-receptor, que já era discutida nos anos 60, 70, 80, nas correntes teóricas que citamos. **Hoje, esse redimensionamento dos meios de comunicação, do próprio sistema de comunicação, cheio de cruzamentos, sobreposições e articulações, nos obriga a pensar a Comunicação de uma maneira cada vez menos fatalista, menos linear. É um processo contínuo de produção/reprodução, criação/ recriação de sentidos.**



RCM – *Essa perspectiva traz para a arena de discussão a questão do consumo, principalmente no que diz respeito às negociações sobre os sentidos em disputa na sociedade. Como a perspectiva dos Estudos Culturais trata essa questão?*

LMB – A palavra consumo é às vezes um pouco viciada porque é um termo que ficou muito marcado pelas relações de mercado. Se eu for pensar em consumo no sentido do consumismo, das relações que envolvem ações de consumir e descartar produtos e serviços, a questão toma um sentido mais restrito. Mas se pensarmos no consumo como um processo, como pontua Canclini, em *Consumidores e Cidadãos*, temos uma outra dimensão cultural e política nessa relação de consumo, como uma maneira de se inserir na realidade, exercer direitos. Nesse caso, o consumidor que não é aquele alienado, em relação com um bem descartável, bens de consumo. Eu penso que a palavra consumo ainda está muito marcada por um sentido de crítica ao capitalismo, à lógica de mercado, embora não venha trabalhando tanto com essa problemática do consumo no campo da comunicação. Vários autores e grupos de pesquisa têm desenvolvido a discussão, articulando a ideia do consumo de bens simbólicos não como um consumo necessariamente passivo, mas no entendimento do consumidor como alguém que é o reproduzidor do seu ato de consumir, reproduzindo valores, atitudes. Ele também, de certa maneira, acaba sendo produtor de sentido nesse ato de consumo.