

COMUNICAÇÃO E RECEPÇÃO 20 ANOS DEPOIS: UMA ENTREVISTA COM NILDA JACKS

Guilherme Libardi¹

Na América Latina, falar sobre estudos de recepção significa referenciar o trabalho de Nilda Jacks, Professora Titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFRGS e coautora do livro *Comunicação e recepção*, publicado em 2005 junto com Ana Carolina Escosteguy (Jacks; Escosteguy, 2005). Nilda concede uma entrevista ao editor deste dossiê, Guilherme Libardi, para contar os bastidores da obra. A entrevista foi realizada na casa de Nilda, em Porto Alegre, em um dia ensolarado e ventoso da primavera de 2025. Na conversa, a entrevistada avalia a atualidade dos conteúdos do livro e, de forma propositiva, tece uma crítica sobre o estado atual dos estudos de recepção e de consumo midiático no Brasil.

O livro, que completa 20 anos em 2025, é leitura obrigatória para quem pretende enveredar pelos estudos de recepção ou, em um sentido mais poético, pelos caminhos inesperados e curiosos que levam o(a) pesquisador(a) de Comunicação ao encontro com o Outro. Certamente, *Comunicação e recepção* já pode ser reconhecido como um clássico da área.

RUC: *Para começar, gostaria que você recuperasse na memória o contexto de produção do livro Comunicação e recepção que foi escrito junto com a Prof.^a Ana Carolina Escosteguy. De onde veio a ideia, como foi esse processo?*

Nilda Jacks: O editor da coleção “*Comunicação e...*” da editora Hacker, o professor José Luiz Aidar Prado, me convidou para escrever o volume para apresentar o campo da recepção. Soube que a indicação foi da professora Lucia Santaella, que fazia parte da comissão editorial. Fiquei muito surpresa, fui sua aluna em dois cursos de semiótica na Escola de Comunicação e Artes (ECA) na Universidade de São Paulo (USP), mas não imaginava que ela me considerasse uma autora da “coleção”. Comecei a escrever o livro a partir da tradição internacional e latino-americana, seriam dois capítulos. Nessa mesma época, trabalhava no primeiro volume de *Meios e audiências* (Jacks, 2008), adotando uma categorização proposta do Ana Carolina Escosteguy que também explorou o *corpus* que eu havia coletado a muito custo junto às bibliotecas que concentravam o maior número de teses e dissertações na área, e junto aos próprios autores.

¹ Professor no Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som da Universidade Federal de São Carlos. Doutor em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. E-mail: glibardi@gmail.com.

Nada estava on-line. Ana Carolina produziu um artigo (Escosteguy, 2004) em que categorizava as pesquisas brasileiras da década de 1990 como de abordagem sociocultural, comportamental e outras. Logo ela me propôs incluir esse texto no livro que eu estava desenvolvendo, tornando-se o terceiro capítulo de *Comunicação e recepção* (2005). Eu achei uma boa ideia incluir a produção nacional! Então passamos a escrever juntas, ela revisou os dois capítulos que eu estava escrevendo, deu suas sugestões e fomos construindo o volume encomendado.

RUC: *O primeiro capítulo do livro aborda as vertentes europeias e estadunidenses, adotando a taxonomia Klaus Jensen e do Karl Rosengren (1990). No entanto, o próprio livro aponta algumas tensões nessa classificação, como a crítica de que a análise da recepção poderia ser vista como um braço dos estudos culturais. De que forma a adoção dessa estrutura, na época da escrita do livro, ajudou a posicionar o debate latino-americano e quais dessas tradições se tornaram irrelevantes nos últimos 20 anos?*

Nilda Jacks: Parti do texto *Cinco tradições em busca da audiência*² por ser referência no mapeamento internacional sobre as pesquisas de recepção. No diálogo com Ana Carolina, com sua incorporação aprovada pelo editor da coleção, fomos efetivando uma crítica a partir do que considerávamos ser uma tradição, apontando que identificávamos apenas três, ou seja, a “análise integral da audiência”, perspectiva do próprio Jensen poderia ser tributária dos estudos culturais em sua fase de análise textual, antes da virada etnográfica. A outra tradição incorpora a teoria dos efeitos e dos usos e gratificações, que segundo Guillermo Orozco, são as duas faces de uma mesma moeda, a tradição funcionalista. Sobre a que menos se desenvolveu, considero a tradição literária, que foi muito pouco explorada, pelo menos no Brasil.

RUC: *O capítulo latino-americano se organiza em tradições como consumo cultural, frentes culturais, recepção ativa, uso social dos meios e multimedicações. Qual delas você considera que foi menos compreendida ou até mesmo mais distorcida? E qual foi ou qual tem sido a mais mobilizada nas pesquisas do campo hoje em dia?*

Nilda Jacks: A identificação dessas cinco tradições foi a partir de uma entrevista que eu fiz com o Guillermo Orozco, que está publicada na Revista da Intercom (Jacks, 1993). Ele indicou as tendências desenvolvidas na América Latina e, com essa resposta, desenvolvi um texto para

² No original: *Five traditions in search of the audience* (Jensen; Rosengren, 1990).

ser apresentado em um congresso. Com sua publicação (Jacks, 1996), circulou no Brasil e na América Latina (Grimson; Varela, 1999; Casillas, 2003; Gonzalez Hernandez, 2009; Repoll, 2010), o que considerarei ser uma referência para estruturar o segundo capítulo. Dentre as cinco possibilidades, me parece que a recepção ativa, que se volta à educação para os meios, proposta pelo chileno Valerio Fuenzalida, teve um momento importante no período de redemocratização na América Latina, para elaborar a resistência às ditaduras, pela publicação de cartilhas e de oficinas para ler a mídia. Hoje parece estar circunscrita às pesquisas do subcampo da educomunicação. Além do mais, há um debate sobre a pertinência do ensino da interpretação, de como se deve ler o conteúdo dos meios, o que coloca em questão essa perspectiva. Por outro lado, a perspectiva que, para mim, não envelheceu, é a do Martín-Barbero, do uso social dos meios, que também é nomeada de teoria das mediações. Ele dialoga muito com os estudos culturais e, para mim, até hoje, é a mais complexa e promissora.

RUC: *Em que medida a proposta barberiana se mantém relevante?*

Nilda Jacks: Com ela, é possível identificar e estudar fenômenos contemporâneos de comunicação digital e convergentes, pois tem um modelo teórico-metodológico que contempla várias dimensões sociotécnicas e culturais. Embora algumas apropriações do modelo queiram propor mudanças, eu faço uma crítica. Para mim, a tecnicidade, que é uma das questões trazidas pelo Martín-Barbero, primeiro como mediação nos mapas de 1998 (Mediações Culturais da Comunicação) e 2009 (Mediações Comunicativas da Cultura), incorpora convergência, incorpora algoritmo, redes sociais, plataformas etc., na versão de 2017, na qual a tecnicidade se torna um polo estruturante, e não mais a mediação, e que ele chamou de *sensorium* contemporâneo para pesquisar a mutação cultural que vivemos. Ou seja, não precisa mexer no modelo para dar conta das mudanças tecnológicas, com risco de comprometer a racionalidade identificada por ele quando propôs o diagrama teórico-metodológico, seu mapa nas diversas versões, ajustado para acompanhar as referidas mudanças. Afinal, o modelo tem uma lógica pensada pelo Martín-Barbero para articular as mediações, uma lógica que se alterada desfaz as conexões entre os polos estruturantes e as mediações que os estruturam. Tenho visto inversões do lugar das mediações, criação de outras mediações que já estão lá com outros nomes etc. São alterações aparentemente eficazes, mas será que mudando a lógica contida no modelo, mudando a relação entre as mediações e os polos, produz algo novo de fato a partir do raciocínio do Martín-Barbero? E mais que isso, permite entender o fenômeno contemporâneo no diapasão da relação entre cultura, comunicação e política, central no modelo? Eu tenho minhas dúvidas.

RUC: *E tem algo que queira destacar sobre as outras tradições latino-americanas?*

Nilda Jacks: Tem a questão do modelo do Orozco, o das *multimediações*. Ele foi pensado para trabalhar a relação entre criança, escola, família e televisão. Não que ele não possa ser ampliado, mas eu vejo que é uma perspectiva mais dentro desse escopo. Diferente do Martín-Barbero, que está interessado na relação entre cultura e comunicação, o mexicano Guillermo Orozco é mais específico e operacional. Eu mesma, na minha tese, trabalhei conjugando as mediações de ambos os modelos, porque na época ainda não existia o diagrama do mapa barberiano das mediações, que contemplaria meu objeto de estudo. Quanto às *frentes culturais*, perspectiva do também mexicano Jorge Gonzalez, que é meu amigo e meu mestre, pelo que soube não gostou muito de ser colocado nesse grupo de tendências nos estudos de recepção latino-americanos. Lembrando que a identificação foi feita pelo Orozco, eu apenas desenvolvi as abordagens naquele texto já referido acima (risos). Quando Orozco fez a referência, lá na década de 1990, foi a partir de um estudo muito denso sobre recepção de telenovela, liderada por Gonzalez. Depois disso, ele partiu para outras frentes de pesquisa de escopo mais amplo, talvez por isso tenha resistido a ser identificado como pesquisador da área.

RUC: *E quanto à contribuição do Canclini?*

Nilda Jacks: Néstor García Canclini, sobre o *consumo cultural*, produziu várias versões do texto, sempre ampliando-o, não chegando a desenvolver um modelo analítico-metodológico. Diante disso, desafiei meu ex-orientando de doutorado, Rene Goellner (2007), a desenvolver um estudo empírico a partir das seis teorias do consumo identificadas por Canclini, na busca de articulá-las em um só estudo, e considero que foi um trabalho muito exitoso. A questão do Canclini é que ele não estava preocupado com a recepção, mas com o consumo cultural e midiático, em uma orientação mais sociológica, de cunho mais quantitativo, mais macro e sem chegar à interpretação. O texto de Canclini teve muito impacto no Brasil para pensar conceitualmente o consumo simbólico, não exatamente em como fazer pesquisa empírica no âmbito da recepção. Ele oferece recurso conceitual para estabelecer uma relação entre o cultural e a recepção, ao considerar o consumo midiático como parte do consumo cultural. Foi a partir daí que eu e a Mariangela Toaldo (Toaldo; Jacks, 2017) apresentamos o artigo na Compós para discutir essas especificidades, considerando o conceito de *consumo midiático* como uma antessala para os estudos de recepção. Diria de maneira geral que, no âmbito empírico, no

Brasil, houve uma aproximação entre Martín-Barbero e Orozco para estudar as mediações. Na dimensão teórico-analítica entre Martín-Barbero e Canclini para pensar identidades na relação entre cultura e comunicação, o que também inclui o consumo cultural e midiático.

RUC: *O livro cita a discussão clássica entre o James Curran e o David Morley, em que o primeiro acusa os estudos culturais e a recepção de reinventar a roda e de ignorar o poder das estruturas. Você acha que hoje a pesquisa de recepção latino-americana conseguiu firmar um caminho teórico que, embora valorize a polissemia da produção de sentido pelo receptor, não incorre no erro de fazer vista grossa às estruturas, conforme debatido na década de 1990?*

Nilda Jacks: Eu acho que a gente se deslumbrou um pouco no início, teve um tempo em que houve um encantamento com o “outro”, especialmente com os desprovidos, pois geralmente os trabalhos eram com as classes populares. Os próprios Estudos Culturais, como os norte-americanos, via John Fisk, também ficaram marcados pela crítica do abandono do poder das estruturas. Agora, o que eu vou te dizer? Dentre esses autores, os que dão mais possibilidade de pensar isso são o Martín-Barbero e o Gonzalez. Via Martín-Barbero, se a gente pensar o poder pela mediação da *institucionalidade*, eu acho que é uma maneira de abordar essa determinação sem ser determinista. Ou a partir da centralidade trazida pelo diagrama, que indica a relação entre política, cultura e comunicação. Eu acho que o Martín-Barbero dá essas possibilidades de fazer isso, melhor ainda se houver conexão analítica entre as duas. Agora, será que temos feito isso, os que trabalhamos com seus pressupostos? Quanto ao Gonzalez, só pelo fato de as *frentes culturais* incorporarem os ensinamentos de Bourdieu e Gramsci, a questão já está posta.

RUC: *Mas qual o seu palpite?*

Nilda Jacks: Hoje está cada vez mais difícil trabalhar essa dimensão do poder. Por que onde é que empiricamente você vai buscar isso? Nos algoritmos? Como? Não tenho visto mais que pressupor seu poder, mas analiticamente não tenho visto a comprovação de sua incidência. Vamos pensar o próprio poder dos meios. Quando a gente ia buscar o poder da televisão, do rádio, a gente conseguia ver uma estrutura, o organograma, a divisão do trabalho, às vezes os investimentos, conseguia ver como um agente físico. Aqui está a Globo. Aqui estão os conteúdos do SBT. Hoje, com a dispersão dos conteúdos, a fragmentação e diluição de alguns aspectos físicos da produção, a materialidade da comunicação, eu acho que está cada vez mais

difícil identificar as estruturas e o poder. Conhecemos alguns de seus efeitos, mas ainda não temos conhecimento de como se estruturam, quais todas as estratégias utilizadas etc. Eu não teria uma resposta para te dar, só essa vaga ideia como uma percepção geral, sem fundamento em pesquisa empírica. Há uma caixa preta e isso para mim é meio aterrador. Estou exagerando?

RUC: *E isso dá uma angústia. Porque justamente a questão central dos estudos culturais sempre é questionar o poder.*

Nilda Jacks: Sim, onde ele está e como funciona. Se o poder que vem das estruturas está tão diluído assim, é muito difícil localizá-lo para analisar. Quando eu vejo o tipo de pesquisa que está sendo feita, eu posso arriscar a dizer que nenhum desses trabalhos tem dimensionado isso concretamente. Nós temos pequenos trabalhos localizados, muito específicos sobre essa ou aquela rede, essa ou aquela plataforma, sobre nichos, pequenos recortes explorando fenômenos isoladamente. Só observando isso, eu já tenho a sensação de que não sei onde é que está o poder nessas pesquisas. Seria necessário, talvez, que alguém ou um grupo de pesquisadores tomasse essa miríade de “estudos de caso” (não me refiro à técnica ou método com alguns nomeiam) e fizesse uma análise horizontal e transversal para construir uma teoria a partir desses achados dispersos em teses e dissertações.

RUC: *O livro traz essa ideia de que o receptor nunca é o ponto de partida isolado, valorizando a importância do contexto. Em pesquisas atuais, especialmente a interessadas no “digital”, tem essa tendência de olhar apenas para os rastros dos usos, como as curtidas, os comentários, os compartilhamentos, o engajamento. Isso não parece um retorno a uma abordagem mais comportamental? Não seria uma forma de regressão teórica?*

Nilda Jacks: Se ao menos esses trabalhos fossem feitos de uma forma mais ampla, se fossem trabalhos mais panorâmicos, realmente quantitativos, eu acho que eles poderiam servir de base para outros trabalhos mais qualitativos alinhados à abordagem sociocultural. Quantificar é uma etapa importante para se chegar à relevância empírica, para então qualificar. Então, se pensar apenas nesse sentido, de trabalhos que quantificam, mas que são muito recortados e isolados se autodenominando “recepção”, sim, é um retrocesso. Mas a gente não pode também esquecer que é uma coisa nova. E esses fenômenos novos, a gente tem que começar por essas questões. A gente tem que dimensionar isso. Então é um retrocesso em alguma medida, sim, mas é um retrocesso necessário para conhecer o desconhecido. E especialmente dar uma dimensão. Agora

é preciso alguém que olhe para tudo isso e diga “bom, aqui tem um fenômeno”. Ou seja, organizar um estado da questão. Alguém precisa fazer isso que não está sendo feito, eu acho. Porque é muita coisa. São cerca de 5 mil trabalhos entre teses e dissertações por ano no mundo acadêmico brasileiro da Comunicação. É preciso coagular esse conhecimento, como diria o Martín-Barbero. É preciso avançar a partir dessas pesquisas setorializadas.

RUC: *O livro enfatiza o valor das etnografias, das histórias de família, dos estudos do cotidiano, essa dimensão qualitativa e empírica etnográfica. No entanto, as pesquisas atuais se apoiam crescentemente em dados massivos, o chamado big data. Como reconciliar essas duas escalas sem diluir o detalhe etnográfico?*

Nilda Jacks: Eu não vejo impossibilidade, pois nós sempre trabalhamos assim no Núcleo de Pesquisa “Cultura e Recepção Midiática” no PPGCOM/UFRGS. Quantificávamos, não necessariamente de forma estatística, embora fosse o ideal. Fizemos uma ou duas pesquisas com base estatística, contratando um profissional. E depois, diante do resultado, assumíamos a tendência maior, por exemplo. Ou seja, quantificar e depois ir para o detalhe, para o qualitativo, para as apropriações e interpretações. Eu vejo como uma estratégia necessária, mesmo diante desses novos fenômenos digitais. O que observo é uma falta de investimento nessa questão. Para mim a etnografia virtual não é suficiente, ainda mais quando se trata de netnografia, que sabemos que tem origem no *marketing*. Nesse sentido, os dados massivos vão me dar aquela dimensão do que eu estou enxergando ali, mas a gente sabe que tem vida e sociabilidade do outro lado, não é? Então eu acho que é muito mais a falta de uma boa discussão metodológica sobre como unir essas dimensões. É preciso trabalhar com técnicas mais densas que gerem explicação, compreensão.

RUC: *Se o livro Comunicação e recepção fosse lançado hoje, que novas tradições ou temas precisariam ser incluídos para dar conta dos fenômenos emergentes?*

Nilda Jacks: Boa pergunta. Eu incluiria um capítulo para dar conta dessas novas possibilidades convergentes, que na verdade não são tão novas, né? E eu partiria de alguém que já deu alguns caminhos. Se fosse fazer o livro hoje, eu partiria do texto do Orozco (2011) e iria desenvolver melhor, problematizar e mostrar algum caminho. E talvez pegaria algum desses teóricos que circulam nessa ideia de convergência e redes e tentasse trazer para nossa área, como a Raquel Recuero, por exemplo. E a partir daí explicitar com mais rigor o que eu ainda considero

“recepção”, afinal a maioria dos estudos é sobre o uso da tecnologia. Claro que é importante, mas para mim isso é a entrada, não é a saída para entender a relação que os sujeitos estabelecem com os conteúdos digitais. O que eu acho é que tem que entrar com essa dimensão do uso, da apropriação da tecnologia, mas chegar na interpretação. Uma coisa é usar, mas não necessariamente isso te dá uma resposta de como é que isso participa da vida cotidiana, como é que isso entra na tua lógica, nas tuas práticas. Então, eu tentaria mostrar práticas, usos, apropriações e interpretações. Uma abordagem completa, embora nunca total do fenômeno, que é inalcançável. Acho que é isso. E para terminar, talvez eu retomasse os mapas do Martín-Barbero para comprovar que é possível não mexer no modelo para fazer o que tem que ser feito para compreender minimamente o que está acontecendo.

Referências

CASILLAS, A. M. N. **La interacción entre las familias y la televisión**. Aguascalientes: Universidad Autónoma de Aguascalientes, 2003.

ESCOSTEGUY, A. C. Notas para um estado da arte sobre os estudos brasileiros de recepção nos anos 90. *In*: MACHADO, J.; LEMOS, A.; SÁ, S. P. (Orgs.). **Mídia.Br**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

GONZÁLEZ HERNÁNDEZ, D. **Sueño americano en México**: televisión estadounidense y audiencias juveniles en Tijuana. Mexicali: Universidad Autónoma de Baja California, 2007.

GOELLNER, R. **A publicidade na “Terra do Nunca”**: as relações entre consumo, juventude e a escolha do curso de Publicidade e Propaganda. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) — Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.

GRIMSON, A.; VARELA, M. **Audiencias, cultura y poder**: estudios sobre la televisión. Buenos Aires: Editorial Universitaria de Buenos Aires, 1999.

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

JACKS, N. Investigadores, paradigmas, contribuições latino-americanas (Entrevista com Guillermo Orozco). **Revista Intercom**, São Paulo, v. 16, n. 1, 2012. DOI: 10.1590/rbcc.v16i1.801. Disponível em: <https://revistas.intercom.org.br/index.php/revistaintercom/article/view/801>. Acesso em: 10 fev. 2026.

JACKS, N (Coord.). **Meios e audiências**: a emergência dos estudos de recepção no Brasil. Por Alegre: Sulina, 2008.

JACKS, N. Tendências Latino-Americanas nos Estudos de Recepção. **Revista FAMECOS**, [S. l.], v. 3, n. 5, p. 44–49, 2008. DOI: 10.15448/1980-3729.1996.5.2946. Disponível em:

<https://revistaseletronicas.pucrs.br/revistafamecos/article/view/2946>. Acesso em: 10 fev. 2026.

JENSEN, K. B.; ROSENGREN, K. E. Five traditions in search of the audience. **European Journal of Communication**, v. 5, n. 2, p. 207-238, 1990.

OROZCO, G.; GONZÁLEZ, R. **Una coartada metodológica**: abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias. México, D.F. Productora de Contenidos Culturales, 2011.

REPOLL, J. L. **Arqueología de los estudios culturales de audiencia**. Ciudad de México: Universidad Autónoma de la Ciudad de México, 2010.

TOALDO, M.; JACKS, N. Consumo midiático: uma especificidade do consumo cultural, uma antessala para os estudos de recepção. *In*: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO – COMPÓS, 2013, Salvador, UFBA, 2013. **Anais [...]**, 2013, Salvador, UFBA, 2013.

Disponível em:

<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/288038/000897371.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 10 fev. 2026.