



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

A PROBLEMÁTICA DO SUJEITO E DAS ESTRUTURAS: PENSAR A CIDADANIA A PARTIR DO COMUNICACIONAL: O MODELO MATTELARTIANO¹

Alberto Efendy MALDONADO

Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação,
UNISINOS

RESUMO - *O trabalho aborda as relações entre o campo midiático e os campos sociais, dialogando com as formulações de Michèle e Armand Mattelart sobre os nexos entre sujeitos, classes, gupos e configurações sociais. Realiza-se uma reflexão sobre os processos latino-americanos e mundiais que tratam das inter-relações comunicação/cidadania, colocando uma ênfase especial na necessidade de reconstrução das formulações críticas a respeito das estruturas mídias/públicos. A produção de significações, as estratégias midiáticas, os usos e apropriações pelos públicos são problematizadas numa ótica transformadora da hegemonia atual. Argumenta-se, nessa perspectiva, sobre a urgência de redefinições em relação à problemática do poder e às competências comunicacionais.*

Palavras-chave: sujeitos históricos; mídias; sociedade.

¹ Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



A história latino-americana, nesta passagem de milênio e início do século XXI, expressa os profundos conflitos e crises sociais gerados por uma lógica sistêmica que exclui à maioria do seres humanos de uma vida digna, frutífera e criativa. Assistimos, lemos e escutamos nas estruturações multimídia mensagens alarmantes sobre os processos de empobrecimento agudo de dois terços da população mundial. Até as transnacionais da informação e da comunicação, condicionadas pela força das contradições e fenômenos, são "obrigadas" a construir acontecimentos midiáticos sobre essas dinâmicas.

A *cultura da violência* é um elemento substancial do capitalismo; desde sua acumulação originária, contínuas campanhas de exploração dos recursos humanos e naturais têm sido realizadas sistematicamente. Nos dois últimos séculos o genocídio, a escravidão, a *superexploração* contam com a intervenção de um sistema técnico informacional que torna a *violência racionalista* extremadamente destrutiva: são ilustrativos os casos da aniquilação em massa do regime nazista; a destruição atômica de Hiroshima e Nagasaki pelo complexo militar industrial estadunidense e sua guerra de extermínio sobre o Vietnã.

Versão simultânea, paradoxal, foram assassinatos sistemáticos do regime estalinista na desaparecida União Soviética e o genocídio do regime *ultraesquerdista* de Polt Pot na Camboja. É demonstrativo dessa lógica o genocídio sobre o povo palestino praticado pelos sionistas e as guerras de *baixa intensidade* implementadas pelo *Pentágono* na América Latina, que tem como saldo trágico centenas de milhares de mortos e desaparecidos durante o século XX e centenas de milhões de pessoas condenadas à fome, miséria e doença.

Nesse consternado contexto devemos incluir a *violência naturalizada* que mata a 45 mil pessoas por ano só no Brasil. A *violência sistêmica* instaura a lógica do medo, da insegurança, da repressão, do estresse que atravessa até os espaços familiares, gerando microfábricas de violência no conjunto da sociedade. Como esquecer, neste quadro, da *globalização econômica* (excludente), do *extermínio etnocêntrico*, da



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

violência midiática, como espaço privilegiado do exercício de tramas, jogos, manifestações de múltiplas formas de violência.

Nosso campo de pesquisa e de construção de pensamento está situado nessa realidade das redes multimídia; as quais reproduzem, em boa parte, *formas de vida* coerentes com as manifestações culturais hegemônicas. É a partir desses lugares, desses contextos e nessa história, que elaboramos uma recuperação comunicacional sobre as relações entre o sujeito e as estruturas sociais; investigando, refletindo e questionando o significativo trabalho conceptual realizado por Michèle e Armand Mattelart sobre essa problemática, procurando contribuir para o aprofundamento de conhecimentos sobre *comunicação e cidadania*.

A experiência e o pensamento mattelartiano

A problemática do sujeito está presente nos Mattelart durante toda sua trajetória como pesquisadores no campo da comunicação social. Eles e seus colegas tiveram especial preocupação pelos grupos sociais de *receptores populares*, durante o processo chileno 1962-73: leituras de fotonovelas, revistas em quadrinhos, jornais, emissoras de rádio e TV chamaram sua atenção pelos profundos vínculos com as estratégias de modernização aplicadas pelo poder estadunidense; para os Mattelart, já nos anos 1960, as indústrias de comunicação não eram (nem são) aparelhos ou estruturas simples que facilmente manipulam seus públicos, estes são sujeitos históricos com características concretas.

Os Mattelart focaram suas investigações na forte relação que se estabelecia entre as classes sociais populares e os grandes meios de comunicação de massa, instigaram-se, especialmente, por pesquisar os *comportamentos de cumplicidade* entre mídias e públicos. Superaram esquemas formais fortes, nas ciências sociais daquela época (estruturo-funcionalismo e marxismo ortodoxo), pesquisando nos bairros operários de Santiago do Chile sobre as significações que os trabalhadores construía a respeito dos projetos e políticas de comunicação do governo socialista, das organizações de *esquerda*, dos movimentos sociais e das grandes mídias comerciais. Sua crítica às

1 Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

formas verticais, ao burocratismo e ao *funcionalismo* nas forças populares é um legado importante na história social latino-americana.

Os Mattelart relacionam profundamente a teoria com a experiência de vida pessoal; tanto nas *teses de Bogotá* (1980) quanto no prólogo à edição espanhola de *Pensar sobre los medios/comunicación y crítica social*, de setembro de 1987, os autores sublinham esse aspecto importante de sua concepção:

*Sabemos que no hay teoría sin práctica, y lo que les propongo hoy es más que exponerles un cuerpo cerrado de conceptos y los hallazgos de una larga lista de “escuelas”, es hacerles participar en la gestación de unos interrogantes práctico-teóricos a partir de una experiencia personal. Ustedes saben que las experiencias personales son experiencias sociales, y si puedo venir aquí y si estoy en agosto de 1980 aquí en Bogotá no es por culpa mía, es porque uno logra salir a veces de procesos y vive procesos que le hacen madurar la conciencia y si yo les puedo comunicar hoy algunas cosas, algunos interrogantes práctico-teóricos sobre la comunicación, es que son el fruto de una experiencia que ha sido vivida y que todavía es vivida por muchos sectores sociales, por muchos grupos, muchas clases, tanto en América Latina, como en Europa.*¹ [destaques meus]

Armand Mattelart enfatiza, assim, a importância do processo pessoal como parte dos processos sociais históricos, como parte do processo de construção de conhecimentos e teorias.

Em 1987, junto com Michèle, escreviam:

¹ Armand Mattelart, “*Hacia una Teoría Crítica de la comunicación*”, ***Semana Internacional de la Comunicación***, Universidad Javeriana de Bogotá, Facultad de Comunicación Social, 18-22 de agosto de 1980, p. 167.

¹ Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

“Al repensar la historia de la investigación de la comunicación, es también la historia de un itinerario personal la que se esboza”.²

Esta explicitação epistêmica é essencial para fundamentar nossa argumentação, porque situa a reconstrução histórica do processo teórico/metodológico de um autor, a partir do próprio autor. A autonomia intelectual e científica supõe, desse modo, uma capacidade de *visão crítica* sobre as próprias construções de pensamento e ação.

Na montagem das influências paradigmáticas, dos métodos usados, dos confrontos teóricos, das categorias e redes conceituais utilizados comprovamos um rico processo de definições políticas, teóricas e metodológicas que os Mattelart realizaram ao longo de 40 anos de história intelectual. Para analisar essa caminhada, na perspectiva deste texto, abordemos o livro *Pensar sobre los medios/ comunicación y crítica social* que é sua obra principal de caráter epistemológico referente ao processo de formação da investigação de comunicação e uma pesquisa central para compreender o processo de opções e seleções teórico/metodológicas dos autores.

Um aspecto relevante dessa problematização é a questão do *"retorno do sujeito"*. Os Mattelart caracterizam ali a importante transformação que aconteceu em vários ramos das ciências sociais e humanas quando retomaram a **problemática do sujeito**, do *cidadão ordinário* nas sociedades contemporâneas, como centro das prioridades de pesquisa. Para adentrar-se nessa perspectiva convocam a Michel de Certeau, filósofo e antropólogo, que desenvolveu pesquisas cruciais para compreender esse deslocamento epistêmico:

Con la valorización del sujeto, es el estudio de la vida cotidiana, de lo “ordinario del sentido”(...) lo que adquiere pertinencia. Como se constituye lo ordinario de la comunicación entre gentes ordinarias, en espacios infraestatales? Como negocia cotidianamente el sujeto individual su relación con el poder y con la institución?.³

² Armand e Michèle Mattelart., **Pensar sobre los medios/ comunicación y crítica social**, op. cit., p. 22.

³ Idem, ibidem, p. 93.

¹ Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



E se bem a problemática do sujeito já era importante nos Mattelart dos anos 1960 e 1970, a partir dos anos 1980 ela adquire uma importância muito maior. Os “grandes temas” abordados por Armand Mattelart: “*sistemas imperialistas*”; “*sistemas tecnológicos espaciais*”; “*estruturas socialistas de transição*” e “*políticas de comunicação socialistas*”, combinam-se com as problemáticas *microssociais*, aquelas nas quais os campos ideológicos são configurados “*silenciosamente*”, ambientes de *interacionalidade* simbólica em que os valores, os comportamentos, as cosmovisões, as distinções e classificações sociais são estruturados. Os *micropoderes*, conseqüentemente, são parte essencial da compreensão dos *megapoderes* mundiais; os sistemas de comunicação globalizados, assim, não ficam caracterizados como *tempo(s)/espaço(s)* abstrato (s), atuam nos cantinhos mais íntimos da subjetividade e da familiaridade cotidiana.

Na abordagem da reconstrução histórica dos sistemas técnicos midiáticos, trabalhada na *Invenção da Comunicação*, Armand Mattelart analisa e (re)constrói o processo histórico configurado pela realidade socioeconômicas e políticas de cada época e os articula com as ações dos sujeitos fazedores, dos fabricantes dessas sociedades. Os atores sociais⁴ são, desse modo, fundamentais para explicar a construção das concepções em comunicação: Charles Babbage, Saint Simon, Auguste Comte, Friedrich Ratzel, Michel Chevalier, Charles Fourier, Pierre-Joseph Proudhon, Patrick Geddes, John Atkinson Hobson, François Véron, Friedrich List, Nicolas Jacques Comté, Pierre-Simon de Laplace, Adolphe Quételet, Leon Bourgeois, Paul Broca, Gustave Le Bon, Gabriel Tarde, Walter Bagenot, Charles Sanders Pierce, William James, Ferdinand de Saussure, Herbert Mead, Charles Horton Cooley, Auguste e Louis Lumiere, Frederick Winslow Taylor, Gabriel Kolko,⁵ para citar alguns autores

⁴ Ao mencionar os *atores sociais* não estou supondo que as inter-relações sociais estejam reduzidas a indivíduos “livres” e iguais, como pensa o modelo liberal. Os grandes grupos humanos, ou classes sociais, são fundamentais para compreender a estrutura social, mas não são suficientes. Esses grandes grupos estão formados por seres de carne e osso, por homens *sapiens, ludens, faber* e *symbolicus* com paixões, formas e combinações tácticas concretas. Para compreender as dinâmicas de classe, precisamos compreender também os sujeitos que configuram esses grupos.

⁵ Armand Mattelart, **A invenção da comunicação**, op. cit.

1 Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



importantes que Mattelart insere na problemática da construção das redes e das concepções de comunicação social. Pareceria uma história de personagens, a não ser pela sua montagem que permite problematizar as questões e a vinculação das utopias, projetos, estratégias e especulações com a realidade social de cada época.

O *retorno do sujeito* nos Mattelart não é um enunciado *voluntarista*, é parte de sua reformulação metodológica a partir da primeira metade dos anos 1980 e está presente nas operacionalizações conceituais que realizaram nas suas pesquisas desde aqueles anos. E esse sujeito não é na concepção dos Mattelart um indivíduo isolado, é o sujeito social; nas suas palavras as *experiências pessoais são experiências sociais* e, aprofundando essa linha, perguntam-se acerca da paixão, do sentimento dos atores sociais nos processos de comunicação. Para ilustrar isso retomam a Gramsci:

*O erro do intelectual consiste em acreditar que se pode **saber** sem compreender, e principalmente sem **sentir** e sem estar **apaixonado** (não somente pelo saber em si, mas pelo objeto do saber); isto é, em acreditar que o intelectual pode ser um verdadeiro intelectual (e não simplesmente um pedante) se permanecer distinto e afastado do povo-nação, se não sentir as paixões elementares do povo, compreendendo-as, explicando-as e justificando-as na situação histórica determinada, ligando-as dialeticamente às leis da história, a uma concepção superior do mundo, elaborada segundo um método científico e coerente, o ‘**saber**’; não se faz política-história sem essa paixão, isto é, sem essa conexão sentimental entre intelectuais e povo-nação(...).⁶*
[destaques meus]

Sentir as paixões elementares do povo, condição *sine qua non* que os Mattelart alargaram para o campo do saber na comunicação social. Como compreender o comportamento dos públicos populares sem conhecer seus sentimentos, seus desejos, suas aspirações, seus sonhos, seus vícios, suas táticas e suas cosmovisões.

⁶ Antonio Gramsci, “Notes pour une introduction et une préparation à l’étude de l’histoire de la culture”, **Cahiers de Prison**, Paris, Gallimard, 1978. Cf. Armand e Michèle Mattelart, **O carnaval das imagens/a ficção na TV**, São Paulo, Brasiliense, 1989, p.197.

¹ Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



Mattelart, assumindo a transcendência da cultura e das *formas de vida* do povo, quebra um dos seus alicerces ideológicos anteriores que concebiam a política cultural no seguinte marco:

Toda generación de un poder cultural proletario es progresiva, y toda participación de los trabajadores directos en el proceso productivo requiere, para ser efectiva, una elevación del nivel de conciencia y un aprendizaje de la crítica...No puede haber formación revolucionaria si no se asegura el retorno dialéctico del mensaje al emisor.

7

Os limites culturais essenciais, nesses anos 1970, eram os da “*classe revolucionária*”. O poder cultural devia ser construído voluntariamente pelos militantes e trabalhadores, realizando atividades de “*conscientização*” que dotassem aos proletários de um nível de “*crítica superior*”; o verbo-chave era **elegar** a consciência porque, de fato, os proletários teriam níveis “*inferiores*”. A cultura popular espontânea, nessa concepção, da década de 1970, era “*inferior*” e deveria ser elevada por meio da construção de um “*poder cultural proletário*”. A riqueza multifacetada das culturas ancestrais, das culturas étnicas, das culturas continentais, das culturas regionais, das culturas de classe pretendia ser normatizada num “*poder cultural proletário*”. Uma das diferenças mais importantes entre o Mattelart dos anos 1960 e 1970 e o autor dos anos 1980 e 1990 é sua reformulação teórica da problemática da *cultura* e das *classes sociais*, na segunda fase o caráter redutor dessas afirmações é superado por uma compreensão mais aprofundada e plural acerca das relações sociais e as realidades culturais.

A reflexão realizada pelos Mattelart sobre as profundas mudanças de paradigma que supõem os postulados acerca da importância do **cotidiano** na comunicação social. A teorização dos autores a respeito da problemática do **como se constitui a comunicação entre gentes ordinárias?** A pesquisa que levou-os a considerar as

⁷ Armand Mattelart, “*Ruptura y continuidad en la comunicación: puntos para una polémica*”, in **Cultura y comunicaciones de masa**, GARRETRON, et. ali., Barcelona, Ed. Laia, 1976, p. 149-150.

¹ Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



formas culturais do dia-a-dia dos povos como **objeto nobre de estudo** supôs um deslocamento/aprofundamento crucial das concepções críticas e das perspectivas dos autores. Pensando esse processo na primeira metade dos anos 1980 os Mattelart dialogam com Georges Balandier para dar uma imagem histórica da importância de tal acontecimento:

Lo más importante (quizás) de la ola por la que se multiplican las investigaciones que versan sobre la cotidianidad es el reciente movimiento de las ideas que han hecho aparecer el sujeto frente a las estructuras y a los sistemas, a la calidad frente a la cantidad, a la vivencia frente a lo instituido. El campo de las ciencias sociales no es el único, pero si el principal afectado por esa fuerte tendencia. Desde este punto de vista, no carece de interés comprobar que la sociología de lo cotidiano (que examina la relación del individuo con las imposiciones sociales duraderas, repetidas) se suma, con cierto éxito, a dos de las disciplinas ensalzadas durante los últimos veinte años: la antropología social, cultural, histórica (que considera la relación con el <<otro>>) y el psicoanálisis (que se ocupa de la relación del individuo con su propia historia). En los tres casos se privilegia el punto de vista del sujeto, sin que se trate, necesariamente, de un sujeto de ámbito <<excepcional>>, sino más bien <<ordinario>> o <<trivial>>.⁸

O sujeito comum torna-se um assunto e uma problemática importante para a pesquisa em ciências humanas, a lingüística comunicacional também questionou o modelo estruturalista e generativista inserindo nas suas formulações os elementos culturais da oralidade, da historicidade e da socialidade no texto. São muito importantes para compreender a **relação comunicação/sociedade** as análises sociossemióticas, os estudos antropológicos sobre cultura e comunicação, as pesquisas sociológicas sobre processos de comunicação, as investigações históricas que relacionaram os grandes processos políticos com as primeiras redes e formas de vida comunicacionais, a

⁸ Armand e Michèle Mattelart, **Pensar sobre los medios...**, op. cit., p. 93. Cf. G. Balandier. “*Essai d’identification du quotidien*”. in **Cahiers Internationaux de Sociologie**, vol. LXXIV, 1983, p. 8.

¹ Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



economia política dos meios e os estudos sobre políticas de e regimes jurídicos internacionais de comunicação. Os anos 1980 marcaram uma fase de modificações importantes no contexto mundial: por um lado, o projeto hegemônico das transnacionais e dos “Sete Grandes”, por outro, os interesses da maioria da população mundial.

Na dimensão teórica em comunicação observamos um aprofundamento e um afinamento crescentes das configurações conceituais e dos procedimentos para investigar as problemáticas do campo. Como salienta Balandier no parágrafo citado, não bastava analisar os sistemas e as estruturas; foi fundamental começar a compreender os sujeitos sociais que fabricam e participam nos processos de comunicação. Essas questões, que atualmente parecem um tanto óbvias, foram descuidadas por muito tempo nos estudos de comunicação e continuam sendo incompreendidas pelos poderes centrais e locais, inclusive os democrático-populares. O modelo linear de pesquisa e o *pragmatismo* têm sido hegemônicos, as vertentes "*matemáticas*" sobre a *teoria da informação* configuraram uma mitologia eficiente para muitos setores do campo e, tanto *pragmatismo* quanto o *estruturo-funcionalismo* foram modelos avassaladores nas pesquisas de comunicação.

Os Mattelart, para fundamentar os movimentos de ruptura e transdisciplinaridade no campo *comunicológico*, definem uma linha de pesquisa histórica e retomam, por exemplo, a experiência fundamental do chamado *Colégio Invisível* ou *Escola de Palo-Alto*, que contribuiu de maneira singular para quebrar o *absolutismo* do pensamento linear em comunicação. Os autores dessa comunidade científica romperam com os postulados de Shannon que "explicavam" os processos de comunicação como um modelo matemático primário e argumentaram a favor do *modelo circular de comunicação* de Norbert Wiener: a comunicação deve ser estudada, construída, pesquisada e concebida no quadro das ciências sociais e humanas. Em palavras de Yves Winkin:



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

“La investigación en comunicación ha de concebirse en términos de **niveles de complejidad, de contextos múltiples y de sistemas circulares**”.⁹ [destaques meus]

Esta concepção de *comunicação integral*, que rompe com a estreita noção de uma comunicação pensada como fato verbal, consciente e voluntário, permite **pensar a comunicação como um processo social contínuo que articula múltiplas formas e modos de práxis comunicacional**. São singularmente importantes as contribuições de Edward Hall com seus estudos sobre os *espacio interpersonal* (proxêmica); de Albert E. Scheflen por meio de suas formulações sobre *ambientes de interacionalidade*; de Birdwhistell acerca da gestualidade (kinésica) e de Goffman a respeito dos *espacios de proximidade* com os acidentes e atritos do comportamento humano e sua função reveladora do entorno social. A partir de 1942 essa escola começou uma *revolução metodológica* na comunicação que só quarenta anos depois adquiriu força internacional, quase meio século como período de amadurecimento das outras comunidades de comunicólogos para compreender a transcendência do *Colégio Invisível* na configuração de um campo de conhecimentos em comunicação social.¹⁰

Refletindo acerca das problemáticas do **consumo e recepção** dos produtos midiáticos, tão importantes para definir as relações comunicação/sociedade, os Mattelart lembram que o pensamento crítico tanto da *Escola de Frankfurt* quanto das correntes *estruturalistas* concebia os meios como “*onipotentes*” com respeito aos receptores. Foram elaborados inúmeros textos sob a égide da *teoria da manipulação*, segundo esses postulados a sociedade era vítima das elites, do *imperialismo*, do Estado, das *multinacionais*, da *indústria cultural*, dos partidos políticos, da publicidade que manipulavam uma sociedade amorfa e inerte.

⁹ **La Nouvelle Communication**, textos selecionados e apresentados por Yves Winkin, Paris, Le Seuil, 1981, p.24-25 (Ed. em castelhano: **La nueva comunicación**, Barcelona, Ed. Kairós, 1984). Cf. Armand Mattelart, **Pensar sobre los medios ...**, op. cit., p. 94

¹⁰ Não podemos esquecer, contudo, que Eliseo Verón e Carlos E. Sluzki, já em meados dos anos 1960, inseriram as metodologias e propostas teóricas de *Palo Alto* na América Latina.

¹ Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



A **lógica da reprodução inelutável** era o modelo que explicava a relação entre os *públicos* e os *meios*; a televisão passou a ter um poder de persuasão incontestável: o que ela apresentasse seria simplesmente assumido pelos receptores, o processo de produção de sentido social considerando os leitores, os contextos, as características sociais, a rede de mediações, os campos sociais, as estruturas midiáticas, as subjetividades etc. não contava para esses paradigmas. As *mensagens* dos meios inseriam-se, assim, mecanicamente e manipulavam as mentes das pessoas; apesar dessas concepções, os processos histórico/midiáticos e o amadurecimento das pesquisas na área tem demonstrado que na realidade social os processos comunicacionais são muito mais abrangentes e complexos. A relação dos meios com os públicos estrutura-se como um conjunto de relações sociais diferenciadas que devem ser estudadas nas suas múltiplas facetas e dimensões.

As pesquisas¹¹ começaram a corroborar o fato de que os **usos sociais dos meios não reproduzem necessariamente as lógicas emitidas pelas estruturas deles**. Novamente, não foram os profissionais da comunicação ou os “sacerdotes” da “*verdade última*” que questionaram e demonstraram as limitações e os erros dessas concepções, foram os historiadores do livro, os historiadores da alfabetização, os historiadores das mentalidades, os quais pesquisando a resistência das culturas subalternas à normatização da escrita que fragmentava suas práticas orais; as rivalidades e influências entre oralidade e escrita permitem conhecer muito melhor os mecanismos dos sujeitos receptores na sua adequação, resistência e uso de novos meios de comunicação.

O amadurecimento do pensamento dos Mattelart nos anos 1980 situou os meios e sua relação com os públicos na perspectiva de negociações, jogos, resistências, mediações, produções diferenciadas e culturas da indisciplina.

Epistemologicamente é interessante comparar os Mattelart quando agitados pela urgência de construir uma *cultura popular proletária*, norteados pelos partidos operários,

¹¹ São elucidativos, entre outros importantes trabalhos, os de Jesús Martín Barbero; Michel de Certeau e seus grupos de pesquisa; os estudos culturais britânicos da primeira época; a sociosemiótica de Paolo Fabbri, Alberto Cirese, Eliseo Verón e Umberto Eco.

1 Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

dos Mattelart que retomam Michel de Certeau para **argumentar o fato de que existem muitas maneiras de se defender da *homogeneização cultural***:

Y a la hora de defenderse de ella, quizás haya que recordar, como ya lo hiciera por cierto, Michel de Certeau, que la salvación por “la cultura popular” o por la “identidad cultural” puede entrañar muchas ambigüidades. La añoranza sospechosa o el racismo larvado pueden empañar a una y otra noción. Es lo que recuerdan ciertos antropólogos al señalar que la ausencia de debate en torno a la “cultura popular” no puede sino favorecer el encerramiento de esta última en la nostalgia. Nostalgia alentada por todos lados, tanto por etnólogos -y no hace mucho aún por Claude Lévi-Strauss(...).¹²

Defender a *ambigüidade cultural* é um paradoxo fundamental, trabalhado pelos Mattelart para argüir a favor das *identidades culturais* numa perspectiva não xenofóbica, racista ou etnocêntrica. Garantir as culturas das classes subalternas, das regiões, das etnias na linha de Certeau é também advogar pelo debate, pela compreensão da identidade num processo de relações entre diferentes culturas como caminho para sustentar a própria.

Pensando a respeito da velha problemática da **participação nos meios de comunicação**; de como as classes, os grupos, as comunidades, os cidadãos, os públicos, os receptores devem comportar-se nos seu uso dos meios, os Mattelart levantam uma autocrítica profunda e uma crítica sistemática às concepções de *esquerda* que definiram essa relação como uma **relação de confinamento social**:

Acostumbrados a concebir la resistencia a partir de la construcción de un territorio autónomo, tuvimos durante mucho tiempo, la tentación de reducir la alternativa a una oposición entre medios ligeros -espacio ideal de autogestión- y medios pesados y centralizados -imagen del poder concentrado-. Esta visión de la alternativa no hacía

¹² Armand e Michèle Mattelart., **Pensar sobre los medios...**, op. cit., p. 102.

¹ Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



*sino reflejar una tendencia dominante de la izquierda: **considerar su confinamiento en la sociedad civil como el marco autónomo en cuyo interior se concibiera su ubicación transitoria en la “sociedad burguesa”** y se elaborara su alternativa. Prevaleció, en efecto, la idea de que el espacio ocupado por la izquierda era un espacio estanco junto a otro espacio estanco. Sea como fuere, esta concepción de una izquierda separada del conjunto del campo social ha pesado sobre la figura del dilema **separatismo/integración** como si el campo social **empezara allí donde empezaban las acciones del movimiento social militante**. Esta **división en compartimentos** se reproducía hasta el infinito en los múltiples encerramientos de las camarillas de las izquierdas extra-parlamentarias.¹³
[destaques meus]*

Nesse trecho, os autores colocam-se entre os responsáveis por esse tipo de prática social; na verdade, tanto eles quanto a grande maioria dos comunicadores e pensadores da esquerda revolucionária optaram por essa linha.

Foi, contudo, o aprofundamento da **problemática dos usos sociais dos meios** que permitiu romper o isolamento alternativo. O meio deixou de ser um ponto de concentração de poder burguês e passou a ser um campo de práticas sociais em conflito, um lugar válido para o debate e o confronto, um tipo de organização social que é necessário conhecer, compreender e dominar suas técnicas e hábitos profissionais criticando-os na sua realização histórica concreta. A política de isolamento *alternativo* significou na prática o abandono de uma frente de luta, seu caráter idealista fica muito claro se pensarmos, por analogia, que Marx tivesse pedido aos operários do século XIX para abandonar as fábricas como política revolucionária geral. Na comunicação esse desvio aconteceu com força abrangente, o *basismo* e o *ultrismo* na América Latina são só uma pequena parte dessa concepção que influenciou uma alta porcentagem das práticas de comunicação das *esquerdas* no continente.

Os Mattelart, a partir dessa reformulação, definem **campo ideológico** como campo de relações sociais:

¹³ Idem, *ibidem*, p. 103

¹ Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



*Con esta **matriz conceptual** se negaba el entendimiento del **modo de comunicación** como un amasijo de meras técnicas para considerarlo como un **conjunto de prácticas sociales**, como un modo de articulación entre grupos y actores sociales. Desde esta perspectiva la ideología dejaba de ser concebida como un “sistema de ideas” o de “discursos” coherentes para convertirse, siguiendo la expresión de Nicos Poulantzas, en un “conjunto de prácticas materiales”. De esta forma, el modo de comunicación abarcaba desde las prácticas de recogida de informaciones, los hábitos de redacción, de escritura, de registro de imágenes, de montaje, etc., hasta los de consumo.¹⁴*
[destaques meus]

Desse modo, realizou-se uma ruptura crucial na concepção *matterlatiana* dos modos de comunicação: as práticas sociais e os sujeitos sociais tornam-se fundamentais na nova compreensão. Como enfatizam os Mattelart, **pensar o lugar desses sujeitos** nos processos de produção da mídia constitui um problema central dos comunicadores contemporâneos, é fundamental não confundir as práticas de comunicação simplesmente reduzindo-as a práticas profissionais, é essencial **reconstruir uma concepção de liberdade de expressão** que desmonte a concepção hegemônica liberal a respeito desse importante aspecto da realidade comunicacional.

Raciocinando sobre a **liberdade do sujeito** para consumir no campo da mídia, os Mattelart previnem sobre o engano que representa pensar o consumo como um conjunto de práticas sociais livres, concebendo-as como um “consumo ativo” com capacidade criativa sem limites. Para os autores, o papel estratégico dos meios de comunicação na reprodução das relações sociais está muito bem planejado, organizado e operacionalizado. O *taylorismo*, que no plano produtivo foi substituído pelas formas *globais* de realização, no plano do consumo adquire cada vez mais uma importância vital; os Mattelart sublinham como as técnicas *tayloristas*, de controle e disciplina dos hábitos, estão presentes na programação informática, na ação sistêmica, cibernética, de

¹⁴ Idem, ibidem, p. 104

1 Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



consumo estruturada pelas empresas e no controle de conhecimentos sobre o entorno e as possibilidades que estes oferecem para dominar as alternativas do consumo.

É necessário pensar no **conjunto de fatores que configuram a problemática do consumo**, de outro modo nosso raciocínio optaria por um *liberalismo ingênuo* que acreditasse num mercado sem estratégias, sem sistemas informatizados para o controle da produção e do consumo. A realização periódica de hábitos e táticas de compra, dos produtos indispensáveis para a vida cotidiana, ensina como hoje, por meio dos *códigos de barras*, os estrategistas do mercado tentam controlar os mínimos detalhes dos movimentos, deslocamentos e práticas de consumo. A *participação* dos cidadãos no **consumo social** é extremamente limitada no capitalismo atual. Convoquemos para esta reflexão a Néstor García Canclini, quem aborda a problemática do consumo numa ótica crítica para a época *global*:

*Só através (sic) da reconquista criativa dos espaços públicos, do interesse pelo público, o consumo poderá ser um lugar de valor cognitivo, útil para pensar e agir significativa e renovadamente na vida social.*¹⁵

Se bem o consumo não pode ser pensado pelas *teorias críticas* como até a década de 1970 –embrutecimento e consumismo alienante–, tampouco pode ser idealizado como o *lugar* das liberdades sociais. O conjunto de processos socioculturais de apropriação e uso dos produtos está condicionado pela racionalidade econômica capitalista do *lucro*, sem ele o sistema não funcionaria; mas é importante também considerar que as lógicas macrossociais dos industriais não são exclusivas nos processos de consumo, os estrategistas têm que consultar as tendências entre os consumidores e as preferências entre os receptores.

Os espaços de consumo devem ser compreendidos, também, como *lugares* de conflito entre as classes, nos quais as lógicas da exclusão de grandes grupos sociais

¹⁵ Néstor García Canclini, **Consumidores e Cidadãos(...)**, p. 68.

¹ Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



geram profundas mágoas e frustrações sociais, porque o operário, o camponês, a trabalhadora doméstica, o membro das classes populares não têm aspirações concretas de ser dono de indústria, fazenda ou banco, mas eles têm desejos de ter um bom conjunto de som, uma TV em cores do último modelo, uma geladeira com freezer, um carro novinho, roupas na moda, produtos de alimentação em abundância, licores de marca, assistir a shows, dançar, comer num restaurante agradável, passear e divertir-se. A oferta capitalista veiculada sobretudo por meio da publicidade mostra várias alternativas de consumo; simultaneamente, a realidade econômica da maioria das pessoas na América Latina não permite realizar nem esses pequenos *sonhos* de consumo; de fato, o sentimento de frustração, se não administrado por outro tipo de práticas vitais, em muitos casos provocará raiva, violência, transgressão das regras e, em último caso, corrupção e delinquência.

As reflexões dos Mattelart sobre os deslocamentos de perspectiva nas teorias em comunicação tendentes a privilegiar a problemática do **sujeito receptor** levaram-nos a comunicar-se com Jesús Martín Barbero; concretamente, utilizam o *calafrio epistemológico* que Jesús Martín experimentou ao comprovar a força dos gêneros populares nas suas pesquisas de campo acerca da recepção de melodramas mexicanos no cinema. Substancialmente, Martín Barbero constatou as profundas limitações da semiologia nas suas pesquisas sobre os usos que os públicos populares fazem dos produtos midiáticos, bens simbólicos que são fabricados mediante estratégias de comunicação que os públicos sentem e reconhecem como suas. Jesús Martín coloca uma pergunta-chave que o orientou nessa passagem compreensiva:

*Por qué las clases populares “invierten deseo y extraen placer” de esa cultura que les niega como sujetos? Esa que tú te haces qué masivo masoquismo, qué comportamiento suicida de clase puede explicar esta fascinación? Y que a mí me lleva hoy en día ha plantearme la necesidad ineludible de leer la cultura de masa desde ese otro “lugar”, desde el que es formulable esta otra pregunta: **qué, en la***



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

*cultura de masa, responde no a la lógica del capital sino a otras lógicas?*¹⁶

[destaques meus]

A força dos hábitos de consumo midiático, que mostram essa dinâmica *cumplicidade* entre os meios e seus usuários, nos leva a continuar aprofundando a problemática do sujeito, receptor, cidadão, público na estruturação de suas relações com os meios de comunicação de massa.

De fato, os públicos populares **investem desejo e extraem prazer** dessa programação, desses produtos. As problemáticas dos conteúdos ideológicos, da propriedade dos meios, das estruturas enunciativas etc. dão passo à compreensão da sensibilidade, do prazer, do hedonismo popular e da multifacetada combinação de emoções que as mensagens da indústria cultural produzem nos espectadores. A produção de significações, a construção de campos ideológicos, a configuração de *formações sociais* adquire assim uma complexidade outra, na que atuam os fatores estruturais considerados pelos críticos *frankfutianos, estruturalistas e ortodoxos* reformulados num conjunto de dimensões sociosemióticas, socioantropológicas e sociopolíticas que facultam indagações mais amplas e rigorosas.

Se bem os Mattelart, dos anos 1960, já argumentavam sobre a necessidade de inserir nas políticas e nos *modelos de comunicação socialistas o entretenimento*; fundamentando sobre a obrigação de romper com os raciocínios que defendiam a separação formal entre *trabalho* e *ócio*; argumentando a respeito da necessidade de elaborar estratégias que considerem o *lazer* como uma dimensão importante da vida dos grupos sociais “dominados”;¹⁷ só nos anos oitenta construem uma proposta suficientemente fundamentada sobre esse assunto. Para aprofundar essa linha de reflexão, dialogam com Walter Benjamin e suas propostas acerca do uso criativo da técnica e dos meios industriais de comunicação de massa:

¹⁶ Cf. Armand e Michèle Mattelart, **Pensar sobre los medios ...**, op. cit., p. 120.

¹⁷ Armand Mattelart, “*Ruptura y continuidad en la comunicación: puntos para una polémica*”, in **Cultura y comunicaciones de masa**, op. cit., p. 140-144.

1 Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

*Benjamin, por su parte, celebraba la posibilidad que ofrecía la exhibición de que se reconciliarán, la crítica, la actitud del entendido y el placer: “la reproductibilidad técnica de la obra artística modifica la relación de la masa para con el arte. De retrógrada frente a un Picasso por ejemplo, se transforma en progresista, por ejemplo cara a un Chaplin. Este comportamiento progresivo se caracteriza porque el gusto por mirar y por vivir se vincula en él íntima e inmediatamente con la actitud del que opina como perito. En el público del cine coinciden la actitud crítica y la frutiva”.*¹⁸

A *cultura de massa* adquire o caráter de *Cultura* nestas formulações, sendo a noção de **movimento** é essencial para compreender as novas expressões culturais e de comunicação. É legítimo, portanto, do ponto de vista estético considerar as formas técnicas de cultura como parte do patrimônio cultural dos povos. Benjamin criticava o *elitismo* e considerava fundamental a noção de *hábito* em contraposição à noção de *contemplação* de Horkeimer-Adorno, nas suas palavras: “*ciertas tareas solo pueden realizarse si se han convertido en habituales*”.¹⁹ As grandes tarefas que marcam a história e se introduzem nos órgãos receptivos dos homens seguem, assim, o caminho da *cotidianidade repetitiva*; o *hábito* é fundamental para entender o caráter e a cosmovisão das pessoas comuns. No nosso dia-a-dia é importante detectar tudo o que de positivo tem o entretenimento.

Os Mattelart dialogam, também, com Hans Magnus Enzensberger para corroborar essa opinião. Segundo o teórico alemão, só Walter Benjamin e Bertold Brecht compreenderam a importância da cultura popular nos meios de comunicação de massa como elemento de *potencial liberador*. Para os Mattelart o importante das observações de Benjamin é que ele definiu uma ***nova tensão introduzida pela reprodutibilidade técnica da cultura.***

¹⁸ Walter Benjamin, “*La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica técnica*”, in **Discursos Interrumpidos**, Madri, Taurus, 1973, p. 44. Cf. Armand e Michèle Mattelart, **Pensar sobre los medios...**, op. cit., p. 121.

¹⁹ Walter Benjamin, **L’Imagination dialectique**, Paris, Payot, 1977, p. 244. Cf. Armand e Michèle Mattelart, *Ibidem*, op. cit., p. 122.

¹ Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Os autores, nesses raciocínios que procuram esclarecer uma posição crítica em face da realidade das relações entre mídia e sujeitos receptores, retomam a questão do *prazer* para continuar determinando elementos que obstaculizam o conhecimento dos processos de comunicação nas sociedades capitalistas contemporâneas:

“...el descubrir el placer ordinario, es por último, la verdadera naturaleza del entorno cultural de la mass mediación la que la teoría crítica puede comenzar a explorar.

*Esta ocultación del placer encierra algo aberrante. Cómo ha podido ignorarse tan masivamente este aspecto esencial de la realidad?*²⁰

A observação dos Mattelart é substancial: o pensamento crítico e a *esquerda* ficaram fora dos processos de valorização comunicacional, dado que não consideraram o *prazer ordinário* como um aspecto central na realidade social atual. É impressionante como uma linha política, uma filosofia, uma metodologia, que considera a *prioridade do ser sobre a consciência*, conseguiu ficar tanto tempo fora da *análise concreta da situação concreta*. Os Mattelart, aprofundando a crítica epistemológica que desenvolveram desde seus primeiros anos no campo da comunicação, atribuíram esse fenômeno a uma ruptura tradicional do *marxismo* com o prazer ordinário na prática cotidiana das pessoas –se bem em teoria não condena o apego aos bens deste mundo, na prática este resulta suspeito:

*“El placer aparece opuesto al esfuerzo, al sacrificio que estamos llamados a realizar, a la renunciación. Es ambiguo”.*²¹

²⁰ Armand e Michèle Mattelart, *ibidem*, op. cit., p.126.

²¹ W. Haug, “Some Theoretical Problems in the Discussion of Working Class Culture”, in **Communication and Class Struggle, an Anthology**, edição de A. Mattelart e S. Siegelau, Nova York, International General Editions, 1983.

¹ Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



A influência judeu-cristã do “*vale de lágrimas*” é inegável nesse posicionamento do marxismo prático; um comportamento que pode ser considerado virtuoso no plano pessoal trouxe graves problemas para a concepção crítica sobre os meios de comunicação. Nas realizações das indústrias culturais do campo socialista era evidente a redução da programação para o plano didático, para as formas eruditas de cultura, para uma programação quase religiosa institucional dos valores ideológicos do Partido. Uma cultura do entretenimento muito fraca, uma ignorância generalizada da importância das formas culturais populares para construir uma produção de lazer.

Prazer-desejo-divertimento, esses elementos centrais no campo da mídia não foram considerados importantes pelos estrategistas socialistas dos meios. Desse modo, descuidou-se uma dimensão fundamental da sociedade, dos seus atores, dos processos de comunicação social. O entretenimento, portanto, quando não pode nem consegue ser censurado pelas formas burocráticas e quando não tem expressão forte nos espaços industriais, de massa, procura outras formas de realização e expressão.

“*La idea de consumo placentero tan querida por Benjamin*”²² não era parte importante das formas de comunicação socialistas. Se analisarmos o caso da telenovela e da radionovela cubanas, comprovamos um caso paradigmático desse desvio erudito. Cuba foi o berço do *melodrama* latino-americano nas suas versões radiofônicas e de TV; no entanto, a douda ignorância que considerava esses gêneros vulgares e próprios das formas burguesas de alienação do povo, fez com que esse importantíssimo campo de produção cultural fora abandonado ou descuidado, produzindo-se uma perda cultural irreparável. É só imaginar o que teria sido o desenvolvimento de uma linha socialista cubana de produção de telenovelas para o *Terceiro Mundo*, fabricando centenas de *Roques Santeiros*. Alguns burocratas dirão que o bloqueio norte-americano não permitiu essa possibilidade de desenvolvimento de uma linha de produção de ficção televisiva e radiofônicas seriadas; para calá-los bastaria remeter à ampla experiência de quebra do bloqueio na área do cinema, da literatura, da música. O problema central está em que essas formas culturais foram consideradas *nobres*, portanto foram fomentadas,

²² Armand e Michèle Mattelart, **Pensar sobre los medios...**, op. cit., p.135.

¹ Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



as modelos televisivos e radiofônicos –que inclusive são mais baratos que o cinema– não foram desenvolvidos por um desvio de concepção; o melodrama televisivo, por exemplo, teve que revalorizar-se em Cuba via Brasil.

O grave do assunto é que perdemos a noção da importância do *entretenimento*, porque ele não só diverte mas também produz consenso; gera adesão interclassista; dá um sentimento de universalidade, de popularidade; estrutura a coesão do campo da mídia; participa de maneira central na realização da mundialização cultural como um dos eixos-chave de produção-reprodução das formas de vida hegemônicas. As transnacionais, a burguesia mundial aprenderam rapidamente a importância dessa dimensão social; foi muito mais efetivo trabalhar as formas ideológicas do entretenimento que elaborar discursos formais pseudo-religiosos sobre o progresso.

Quando problematizamos a relação *comunicação e cidadania* temos que considerar as configurações e estruturações culturais de nossas sociedades. A considerável pesquisa empírica sobre processos midiáticos, produzida no mundo durante o século XX, constatou a avassaladora presença das estratégias e modelos do entretenimento fútil na estruturação do campos ideológicos hegemônicos na América Latina e no mundo. A história da midiatização social mostra como é importante conhecer, ser competente e reformular as matrizes narrativas milenares, gerando produções suscitadoras de *ethos* transformadores e competências midiáticas socializadas no conjunto das classes, que permitam gerar novas *formas de vida* fora da lógica da *perversidade sistêmica* e do *lucro excludente*.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BENJAMIN, Walter Benjamin (1973). “*La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica técnica*”, in **Discursos Interrumpidos**, Madri: Taurus, p. 44.

----- **L’Imagination dialectique**, Paris: Payot, 1977, p. 244.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

- BRECHT, Bertold (1973). **Teoria de la radio. En el compromiso en literatura y arte**, Barcelona: Península.
- CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: Artes de Fazer**, Petrópolis, Vozes, 1994.
- ECO, Umberto (1979). **Apocalípticos e integrados**, São Paulo: Perspectiva.
- (1990). **Viagem na irrealidade cotidiana**, 8a ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- (1993). **Interpretação e superinterpretação**, São Paulo: Martins Fontes.
- (1994). **Seis passeios pelos bosques da ficção**, São Paulo: Companhia das Letras.
- GARCÍA, Néstor (1983). **O nacional e o popular nas políticas culturais: concepções atuantes na América Latina**, São Paulo: Cortez.
- (1983). **As culturas populares no capitalismo**, São Paulo: Editora Brasiliense.
- (1995). **Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**, Rio de Janeiro: UFRJ.
- GRAMSCI, Antonio (1972). **Cultura y Literatura**, Barcelona: Ediciones Península.
- (1978). **Os intelectuais e a organização da cultura**, Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- (1978). **Obras escolhidas**, São Paulo, Martins Fontes.
- GUEVARA, Ernesto (1997). **Obras completas**, Buenos Aires: Ed. MACLA.
- (1997). **Sobre literatura y arte**, La Habana: Editorial Arte y Literatura.
- HALL, Edward T (1977). **A dimensão oculta**, Rio de Janeiro: Francisco Alves.
- IANNI, Octavio (1978). **Teorias da estratificação social/leituras de sociologia**, 3a. ed., São Paulo: Ed. Nacional.
- (1995). **Teorias da Globalização**, Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- LÊNIN, Vladimir Ilich (1973). **La información de clase**, Buenos Aires: Siglo XXI.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

MATTELART, Armand (1974). **El imperialismo en busca de la contrarrevolución cultural**, Caracas: Universidad Central de Venezuela, 1974.

----- (1976). **As multinacionais da cultura**, Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

----- (1976). **Multinacionais e sistemas de comunicação: os aparelhos ideológicos do imperialismo**, São Paulo, Ciências Humanas.

----- (1981). **Comunicación y nueva hegemonía**, Lima: CELADEC.

----- (1980). **La comunicación masiva en el proceso de liberación**, 7a. ed. México: Siglo XXI.

----- (1983). **América Latina en la encrucijada telemática**, Buenos Aires: Paidós.

----- (1990). **Internacional publicitaria**, Madrid: FUNDESCO.

----- (1991). **La publicidad**, Barcelona: Paidós Ibérica.

----- (1994). **Comunicação mundo: história das idéias e das estratégias**, Petrópolis?RJ: Vozes.

----- (1996). **A invenção da comunicação**, Lisboa: Instituto Piaget.

MATTELART, Armand, MATTELART, Michèle (1976). **Los medios de comunicación de masas: la ideología de la prensa liberal en Chile**, Buenos Aires: El Cid Editor.

----- (1977). **Frentes Culturales y Movilización de masas**, Barcelona: Anagrama.

----- (1987). **A cultura contra a democracia? O audiovisual na época transnacional**, São Paulo: Brasiliense.

----- (1987). **Pensar sobre los medios: Comunicación y crítica social**, Madrid: FUNDESCO.

----- (1989). **O carnaval das imagens a ficção na TV.**, São Paulo: Brasiliense.

----- (1997). **Historia de las teorías de la comunicación**, Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

- MATTELART, Armand, DORFMAN, Ariel (1977). **Para ler o Pato Donald: comunicação de massa e colonialismo**, Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- MATTELART, Armand, PIEMME, Jean Marie (1981). **La televisión alternativa**, Barcelona: Anagrama.
- MATTELART, Armand, STOURDZE, Y. (1984). **Tecnología, cultura y comunicación**, Barcelona: Mitre.
- MATTELART, Michèle (1978). **Comunicación e ideologías de la seguridad**, Barcelona: Anagrama.
- (1982). **La cultura de la opresión femenina**, 2a. ed. México: Ed. Era.
- (1982). **Mujeres e industrias culturales**, Barcelona: Anagrama.
- WINKIN, Yves (1984). **La nueva comunicación**, Barcelona: Ed. Kairós.
- WITTGENSTEIN, Ludwig (1993). **Tractatus lógico-philosophicus**, São Paulo: EDUSP.
- (1988). **Investigaciones Filosóficas**, Barcelona: Ed. Crítica; México: Instituto de Investigaciones Filosóficas UNAM.