



Articulações entre Comunicação e Cultura a partir das matrizes teóricas francesa e latino-americana¹

Articulations entre Communication et Culture à partir des matrices théoriques française et latino-américaine

Laan Mendes de Barros²

Resumo

A dimensão cultural dos produtos midiáticos e a dimensão comunicacional dos fenômenos culturais, em uma discussão sobre o objeto de estudo das Ciências da Comunicação, a partir de um exame da mútua influência entre os pensamentos comunicacionais francês e latino-americano. No contexto de um mundo globalizado e interligado por tecnologias de informação cada vez mais sofisticadas, a reflexão sobre Comunicação e Cultura passa pelas questões de identidade cultural em um tempo-espaço híbrido e marcado pela desterritorialização, pelos processos de conflitos e miscigenação étnica e por novas perspectivas poéticas e estéticas na produção e fruição dos discursos da mídia e das manifestações culturais contemporâneas. O deslocamento teórico-epistemológico “dos meios às mediações”, proposto por Martín-Barbero, encontra pontos de articulação com os estudos de hermenêutica formulados por Paul Ricœur e com as reflexões sobre estética da comunicação desenvolvidas por Jean Caune.

Palavras-chave: Comunicação e Cultura; Meios e Mediações; Teoria e Epistemologia da Comunicação; França e América Latina.

La dimension culturelle des produits médiatiques et la dimension communicationnelle des phénomènes culturels, dans une discussion sur l’objet d’étude des Sciences de la Communication, à partir d’un examen de l’influence mutuelle entre les pensées communicationnelles française et latino-américaine. Dans le contexte d’un monde globalisé et relié par les technologies de l’information de plus en plus sophistiquées, la réflexion sur la Communication et la Culture passe par les questions d’identité culturelle dans un temps-espace hybride et marqué par la déterritorialisation, par les processus de conflits et métissage ethnique et par des nouvelles perspectives poétiques et esthétiques de la production et la jouissance des discours des médias et des manifestations culturelles contemporaines. Le déplacement théorique-épistémologique “des moyens aux médiations”, proposé par Martín-Barbero, trouve des points d’articulation avec les études d’herméneutique formulées par Paul Ricœur et avec les réflexions sur l’esthétique de la communication développées par Jean Caune.

Mots-clés : Communication et Culture ; Moyens et Médiations; Théorie et Epistémologie de la Communication ; France et Amérique Latine.

¹ Trabalho apresentado no IX Colóquio Brasil-França de Ciências da Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Professor Titular da Faculdade Cásper Líbero – São Paulo - Pesquisador Associado da Cátedra UNESCO-Methodista de Comunicação – laan.mb@uol.com.br



Introdução

Esta reflexão sobre a mútua influência entre os pensamentos francês e latino-americano no estudo da cultura das mídias e das mediações culturais é parte de pesquisa realizada durante estágio pós-doutoral na Université Stendhal – Grenoble 3, desenvolvido entre novembro de 2007 e julho de 2008, sob a supervisão do professor Jean Caune, com apoio da FAPESP.

As relações entre cultura e comunicação marcam o pensamento comunicacional³ contemporâneo, especialmente no interior de algumas correntes teóricas que tomam tais articulações como fundamento da estrutura e identidade do campo de estudo da comunicação. Por certo, a discussão epistemológica sobre o campo comunicacional é bastante complexa e se configura em tarefa coletiva, que já se desenvolve, no caso do Brasil, no interior dos programas de pós-graduação em comunicação e nos grupos de pesquisa organizados em associações como a Intercom e a Compós.

Pretendemos contribuir para o avanço dessa discussão, focando em particular as abordagens francesa e latino-americana da dimensão cultural dos produtos midiáticos e da dimensão comunicacional dos fenômenos culturais. Procuramos, assim, identificar os pontos de convergência, fluxos de influência e as inter-relações entre essas duas escolas. Para tanto, analisamos dois segmentos teóricos representativos dessas grandes matrizes. De um lado, as elaborações do grupo de pesquisa sediado em Grenoble, que tem em Bernard Miège seu principal líder e em Jean Caune o mais expressivo articulador do binômio comunicação e cultura. De outro lado, o paradigma das mediações, já identificado anteriormente, difundido por Martín-Barbero e outros autores da escola latino-americana.

É inegável a influência do pensamento francês na composição do repertório teórico da área da comunicação na América Latina e, em particular, no Brasil. Em trabalho publicado na revista *Líbero*, Zélia Leal Adghirni (2006, p. 52) afirma que essa influência se deu “principalmente a partir dos anos 1970, quando começaram a ser criados os programas de pós-graduação em comunicação nas principais universidades

³ Adota-se neste trabalho a expressão “pensamento comunicacional” difundida por Bernard Miège; *la pensée communicationnelle*, em sua formulação original.



brasileiras”. Ela recupera as origens desse movimento de brasileiros que buscaram na França os subsídios para o desenvolvimento da área da comunicação em nosso país, lembrando que “foi em Paris que nossos primeiros teóricos beberam nas fontes do conhecimento de uma área emergente que ainda não tinha nome, mas que atraía filósofos, sociólogos, historiadores e autodidatas curiosos”.

Assim como em outras áreas das ciências humanas e sociais, que foram desenvolvidas no Brasil tomando como base, em grande medida, as teses de pensadores franceses, na comunicação essa influência também se deu de forma marcante. Isso se explica, especialmente, pelo fato de que na constituição da disciplina foram muitos os pesquisadores que migraram de outras áreas já consolidadas, acentuando ainda mais a dimensão interdisciplinar do campo da comunicação. Reforçando esta constatação, a pesquisadora da UnB, dialoga com as pesquisas de Eduardo Meditsch, da UFSC, para chamar a atenção ao fato de que

É muito comum encontrar referências francesas em textos apresentados em congressos, publicações científicas e teses de pós-graduação nas universidades brasileiras. Uma rápida consulta às obras dos principais autores na área de comunicação, realizada de maneira empírica, sem o rigor metodológico que esta reflexão exigiria, mas, limitada pelas condições de produção, encontramos em primeiro lugar, os seguintes nomes: Michel Foucault, Edgar Morin e Pierre Bourdieu. Somam-se a estes nomes, outros pesquisadores de referência, não necessariamente na ordem aqui apresentada: Jean Baudrillard, Roland Barthes, Armand Mattelard, Bernard Miège, Jacques Derrida, Michel Maffesoli, Régis Debray, Guy Debord, Paul Virilio, Jean François Lyotard, Louis Queré, Daniel Bounoux, Jean Caune, Dominique Wolton, Lucien Sfez, Maurice Mouillaud, Pierre Lévy, e Patrick Champagne, sem nomear a lista de uma nova geração de autores que despontam num horizonte de publicações recentes. (Adghirni, p. 53)

De fato, a bibliografia da área da comunicação no Brasil está fortemente marcada pela tradição francesa. No entanto, essa origem teórica pouco se traduz na prática; parece ficar limitada ao universo da pesquisa, que permanece divorciada da área do ensino, da formação universitária de nossos comunicadores. O ensino da comunicação no Brasil, desde suas origens nos anos 40 e 50 do século XX, obedece a uma orientação mais pragmática e instrumental, que reflete a lógica funcionalista da matriz norte-americana. Isso fica evidente na estruturação dos cursos de graduação, voltados prioritariamente à formação profissional nas habilitações de jornalismo, publicidade e propaganda, relações públicas, radialismo, etc.



Venício A. de Lima fala dessa influência na institucionalização dos estudos de comunicação no Brasil, atribuindo às próprias instâncias governamentais a adoção do modelo desenvolvido nos Estados Unidos. Segundo ele, em 1969, na implantação dos cursos de comunicação social no Brasil, em substituição aos poucos cursos de jornalismo existentes, “o Conselho Federal de Educação adotou exatamente o modelo de ensino de comunicações já consagrado nos Estados Unidos” (Lima, 2001, p. 33). Essa visão utilitária do conhecimento e os apelos do mercado acabam fragilizando o campo e retardando a sua consolidação. Neste sentido, Venício Lima aprofunda sua crítica:

Ao se implantar no Brasil o modelo de ensino de jornalismo consolidado nos Estados Unidos, herdamos os mesmos problemas e ainda pagamos o preço de agregar aos cursos de Comunicação Social outras habilitações profissionais sem tradição acadêmica anterior. E essa profunda identificação entre o ensino de graduação em comunicações e as práticas profissionais de jornalista, primeiro, e publicitário e relações públicas, posteriormente, é, sem dúvida, mais um fator que contribui para a existência de um universo teórico desarticulado e conflituoso no campo de estudo das comunicações. (Lima, 2001, p. 35)

Essa primazia da visão instrumental e profissionalizante no ensino da comunicação no Brasil e a aplicação de formulações técnicas e modelos de inspiração norte-americana contrastam com as matrizes teóricas estampadas nas dissertações e teses e nas bibliografias dos pesquisadores brasileiros e latino-americanos da área, que trazem autores franceses em grande quantidade e em lugar de destaque. Cabe, portanto, investir na pesquisa dessas matrizes, para que se possa compreender melhor a evolução do estudo da comunicação no Brasil, em particular, e na América Latina, em geral.

Por outro lado, há de se reconhecer que o pensamento comunicacional latino-americano experimentou um forte desenvolvimento nas três últimas décadas. Dentre várias iniciativas que impulsionaram tal movimento, destacam-se os debates promovidos pelo Centro Internacional de Estudos Superiores de Comunicação para a América Latina – CIESPAL⁴ – a partir de 1973. De uma primeira etapa de natureza mais crítica, inspirada no pensamento frankfurtiano, novas perspectivas teóricas foram

⁴ A Unesco – Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura –, que havia promovido a criação daquele organismo, sediado em Quito, posteriormente criou Cátedras de Comunicação. No Brasil ela está sediada na Universidade Metodista de São Paulo e leva o nome de *Cátedra Unesco de comunicação para o desenvolvimento regional*, constituindo-se no principal centro de documentação e pesquisa sobre o pensamento comunicacional latino-americano instalado no Brasil.



surgindo, especialmente na articulação entre comunicação e cultura. Concepções teóricas que, em grande parte, resgatam a figura do receptor, como agente do processo comunicativo e inserem a produção de sentidos no contexto temporal e espacial no qual está presente o fruidor.

Dentre as principais formulações, destacou-se neste período o *paradigma das mediações*, defendido por vários autores e que tem em Jesús Martín-Barbero seu principal articulador. Ele opta pelas mediações em contraposição aos meios, como centro de atenção da pesquisa em comunicação. Trata-se, portanto, de um deslocamento metodológico – ou epistemológico, poderíamos dizer –, como ele próprio explicita já na introdução de sua reconhecida obra *Dos meios às mediações*:

A comunicação se tornou para nós questão de *mediações* mais do que meios, questão de *cultura* e, portanto, não só de conhecimentos mas de re-conhecimento. Um reconhecimento que foi, de início, operação de deslocamento metodológico para rever o processo inteiro da comunicação a partir de seu *outro* lado, o da recepção, o das resistências que aí têm seu lugar, o da apropriação a partir de seus usos. Porém num segundo momento, tal reconhecimento está se transformando, justamente para que aquele deslocamento não fique em mera reação ou passageira mudança teórica, em reconhecimento da história: reapropriação histórica do tempo da modernidade latino-americana e seu descompasso encontrando uma brecha no embuste lógico com que a homogeneização capitalista parece esgotar a realidade do atual. (Martín-Barbero, 1997, p. 16)

Esse deslocamento se configura no grande diferencial do pensamento de Martín-Barbero e se desdobra, como se pode ver no texto acima citado, em um movimento de “reapropriação histórica do tempo da modernidade latino-americana”, em uma leitura crítica da sociedade capitalista e dos fenômenos midiáticos. Tal crítica não se perde, no entanto, na supervalorização da mídia e na simplificação linear do processo comunicacional.

O protagonismo de Martín-Barbero no cenário comunicacional latino-americano fica evidente na recorrência de citações de seus livros por parte de diversos pesquisadores. A pesquisadora Maria Cristina Gobbi, ao analisar as bibliografias de 1.576 pesquisas apresentadas ao longo dos 30 anos da Associação Latino-americana de Pesquisadores em Comunicação – ALAIC –, constatou que Martín-Barbero ocupa o primeiro lugar entre os autores mais citados, com 395 referências, enquanto que o segundo mais citado não alcança 250 indicações.

Também na França ele merece atenção por parte da academia. A revista *Hèrmes*, em sua 28ª. edição, de 2000, dedicada à América Latina, coloca em evidência o nome



de Martín-Barbero entre os autores de referência no pensamento comunicacional latino-americano. No entanto, suas idéias ainda são pouco difundidas naquele cenário acadêmico. Exemplo disso é que no último congresso da Sociedade Francesa de Ciências da Informação e da Comunicação – SFSIC – o nome do autor mais citado no contexto latino-americano aparece apenas em uma pesquisa, dentre 98 apresentadas; sem contar o trabalho que apresentamos no evento, intitulado “*Médias et Médiations: les influences entre les pensées française et latino-américaine*”, que, como não poderia deixar de ser, dá grande atenção às suas idéias. Outros autores latino-americanos também pouco aparecem nas bibliografias.

No caso da principal obra de Martín-Barbero – *De los medios a las mediaciones* –, somente 15 anos depois de sua primeira edição em espanhol é que foi publicada em francês. No prefácio da edição francesa, seus tradutores, Guy Lochard e Bruno Ollivier, lembram que o intelectual espanhol-colombiano estudou em Louvain e em Paris e, posteriormente, se converteu em figura de referência no continente latino-americano. Eles sinalizam com a possibilidade de um intercâmbio cultural:

Cet ouvrage permet donc enfin à un public francophone de comprendre, en retour, comment des écrits et des théoriciens européens – et particulièrement français – ont été compris, adaptés, transformés en Amérique Latine, et quel écho ils ont pu avoir dans le développement des études de communication latino-américaines. (in Martín-Barbero, 2002, p. 9)

O que pudemos observar, durante nossa estadia na França, é que existe certa abertura para o pensamento latino-americano junto àquele contingente de pesquisadores. No entanto, essa disposição para o diálogo ainda é frágil e incipiente. A curiosidade de alguns se mescla com a resistência um tanto desconfiada de outros. Ainda são raras as possibilidades de intercâmbio de mão dupla; até mesmo pela limitação da língua, uma vez que poucos franceses lêem espanhol ou português. Uma desejável influência mútua entre os dois segmentos do pensamento comunicacional ainda se mostra desbalanceada. De qualquer forma, as idéias em si desenvolvidas em um e outro lado do Atlântico encontram vários pontos de convergência e merecem ser articuladas. Faz-se necessária a superação de eventuais barreiras.

Nessa perspectiva, dentre a ampla variedade de sub-temas e problemas do campo comunicacional, nossa pesquisa se voltou ao confronto e busca de nexos entre as



Teorias da Informação e da Comunicação⁵, de origem francesa, e as Teorias das Mediações, difundidas na América Latina. Os dois eixos teóricos foram trabalhados a partir das coletividades científicas já identificadas. De um lado, predominam os estudos midiáticos e uma grande atenção nos avanços das tecnologias da informação e da comunicação; o foco está na mídia, nos meios de comunicação. De outro, a atenção se volta ao contexto no qual se dá a produção de sentidos, às mediações culturais.

O pensamento comunicacional latino-americano

Pensar a comunicação a partir do tempo-espaço latino-americano é um desafio que tem motivado vários pesquisadores de nosso subcontinente. Por certo, essa valorização de uma identidade própria não pode se confundir com xenofobismo; o que a caracterizaria como uma postura provinciana e incompatível com o pensamento científico. Trata-se, apenas, de se valorizar o que tem sido desenvolvido no campo comunicacional nestes contornos do planeta, de maneira que se possa mapear as linhas mestras de uma identidade latino-americana.

São marcas comuns nas trajetórias de nossos países: uma longa história de colonização de exploração; o subdesenvolvimento econômico, político e social; a fragilidade dos regimes democráticos, com históricos freqüentes de ditadura; a dependência cultural em relação aos países mais ricos; a supervalorização do aparato comunicacional em relação a outras áreas da vida em sociedade, como a educação e a saúde; etc. Também são características de nossa gênese: a miscigenação étnica e cultural; a riqueza e diversidade dos movimentos populares; a sensibilidade e a criatividade, que afloram em um contexto de superação de dificuldades e limitações; a abertura ao diálogo e o espírito colaborativo.

No campo específico da comunicação, apesar da concepção instrumental na estruturação do ensino e das organizações de mídia, atrelados à lógica do mercado, as articulações com o universo da educação e da cultura formam um combinação favorável ao desenvolvimento de um repertório teórico particular. Ele combina um olhar crítico em relação aos processos e produtos midiáticos, de origem marxista, e uma aposta nas possibilidades de diálogo como algo essencial dos processos comunicacionais, na linha

⁵ O binômio informação e comunicação é amplamente utilizado no vocabulário francês. A própria área é denominada de *Sciences de l'information et de la communication – SIC*. Obras de referência, com as de Daniel Bounoux e de Stéphane Olivesi, adotam tal denominação.



do compartilhamento, idéia presente nas origens etimológicas do verbo *communicare*, do latim, que traz o sentido de “tornar comum” à ação comunicativa. Predomina nesta concepção uma perspectiva dialética de se pensar e se fazer comunicação.

Nas últimas décadas a pesquisa em comunicação na América Latina ganhou autonomia e, gradativamente, uma identidade própria. Observou-se, então, uma expansão da produção bibliográfica de autores latino-americanos, mesmo em um “ambiente pouco propício”, como recorda Gobbi (Melo & Gobbi, 2004, p. 22). O fortalecimento dessas relações de intercâmbio, com a circulação mais intensa de idéias, em congressos e publicações, fomentou a constituição de um repertório teórico latino-americano.

Na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo – ECA-USP – a professora Cremilda Medina organizou, ainda nos anos 80, um curso chamado *Hemisfério Sol*, que se voltava a autores latino-americanos. Na mesma escola, a professora Maria Immacolata Vassalo de Lopes também abria espaço para o estudo de teóricos de nosso subcontinente, articulando autores hispano-americanos, como Eliseo Verón, Nestor García Canclini e Jesús Martín-Barbero, e brasileiros, como Octavio Ianni, Renato Ortiz e Muniz Sodré. As pontes entre nossos países passam pela articulação da comunicação com o universo da cultura e da educação e pela sociologia aplicada à comunicação. O próprio Martín-Barbero – em entrevista a nós concedida em abril de 2008 – destaca a influência de brasileiros como Florestan Fernandes, Milton Santos e Paulo Freire na formação de uma matriz comunicacional latino-americana.

Na leitura desses autores fica evidente a inserção da comunicação no campo da cultura e da política, como gênese do pensamento comunicacional latino-americano, que se formou no contexto das lutas contra as ditaduras, na “reconquista dos espaços públicos” e na valorização dos movimentos populares. Mais do que uma discussão técnica e instrumental que trata os meios de comunicação como aparatos técnicos que dão suporte à transmissão de conteúdos, os estudos de comunicação aqui desenvolvidos se preocupam com as relações sociais e optam pela centralidade do ser humano, como sujeito político e cultural. Hoje essas ênfases se renovam com o advento de novas tecnologias digitais, que se configuram mais abertas, interativas e colaborativas que os clássicos meios de comunicação de massas. A esse respeito Martín-Barbero (2004, p. 125-126) nos lembra que:



A entrada no mercado das novas tecnologias de comunicação e a tomada de consciência das peculiaridades do processo de transnacionalização coincidem na América Latina com um desenho radical do campo de investigação na comunicação. Nesse novo desenho intervém o debate teórico-político já comentado, mas intervém sobretudo e decisivamente uma única experiência compartilhada por um grande número de pesquisadores da região. Essa experiência, que ainda comporta não pouco de opacidade, aponta para o seguinte: *o campo dos problemas de comunicação não pode ser delimitado desde a teoria, isto é, não pode sê-lo mais que a partir das práticas sociais de comunicação*, e essas práticas na América Latina ultrapassam o que acontece nas mídias e se articulam a espaços e processos políticos, religiosos, artísticos etc. mediante os quais as classes populares exercem uma atividade de resistência e réplica.

Nessa compreensão de que a problemática da comunicação transcende os limites da mídia, o lugar social e o tempo histórico nos quais estão inseridos aqueles que produzem e consomem informação e entretenimento se configuram em um cenário repleto de mediações. Seu estudo implica na articulação da comunicação com outras disciplinas, como é o caso da educação, onde, mais do que instrumento para as práticas educacionais, a comunicação precisa ser vista em sua dimensão pedagógica, como sistema de formação (ou deformação) de conhecimentos e valores. Essa dimensão se dá para além da educação formal, ou mesmo não-formal. Ela pode ser observada no campo da educação informal, que ocorre nas dinâmicas culturais da vida em sociedade. O pensamento e a construção do conhecimento ocorrem na comunicação, quando o indivíduo interage com seus pares. Paulo Freire, autor que muito influenciou Martín-Barbero, adota uma visão dialógica e dialética quando fala da Comunicação.

O sujeito pensante não pode pensar sozinho. Não pode pensar a cerca dos objetos sem a co-participação de outro Sujeito. Não existe um “eu penso”, mas sim um “nós pensamos!” É o “nós pensamos” que estabelece o “eu penso” e não o oposto. Esta co-participação dos Sujeitos no ato de pensar se dá na comunicação. (...) A comunicação implica uma reciprocidade que não pode ser rompida. Portanto, não é possível compreender o pensamento sem referência à sua dupla função: cognitiva e comunicativa. (...) O que caracteriza a comunicação enquanto este comunicar comunicando-se, é que ela é diálogo, assim como o diálogo é comunicativo. A educação é comunicação, é diálogo, na medida em que não é transferência de saber, mas encontro de sujeitos interlocutores que buscam a significação dos significados. (Paulo Freire in Lima, 1981, p. 64)

E por acreditar no diálogo entre sujeitos envolvidos nos processos da comunicação na sociedade, Paulo Freire aponta para a necessidade de se desmistificar a mídia. Ao falar da televisão, ele sustenta que “a questão fundamental que se coloca a nós, qualquer que seja a inteligência da frase *alfabetização em televisão* não é lutar contra a televisão, uma luta sem sentido, mas como estimular o desenvolvimento e o pensar críticos” (Freire, 2000, p. 109).



Para pensar a cultura na América Latina é preciso reconhecer a complexidade de nossa formação antropológica e a especificidade histórica do popular neste subcontinente. Um “espaço denso de interações, intercâmbios e reapropriações, o movimento da mestiçagem”, segundo Martín-Barbero (2004, p. 139). Nessa valorização da cultura popular convém superar as simplificações de uma visão romântica e reacionária, que projeta o popular nos limites do folclórico, da vulgaridade e da ignorância. No contexto da hibridização cultural que marca a contemporaneidade, já não cabe o isolamento da cultura popular, como campo de preservação da autenticidade e de resistência contra o massivo e de oposição à cultura erudita. Como já se enfatizava nos “estudos culturais”, desenvolvidos no contexto da *New Left* inglesa, na década de 1960, a compreensão da cultura precisa passar pela valorização do tempo histórico no qual estão inseridos os cidadãos, que não vivem isolados, mas em diferentes grupos de relacionamento. Esses grupos e outros fatores que compõem o campo de representações que se abre nos processos de produção de sentidos podem ser entendidos como mediações culturais.

Os estudos culturais dialogam bastante bem com o pensamento comunicacional latino-americano, estão entre as matrizes dos estudos de comunicação e educação que aqui se desenvolveram. Em ambas as correntes teóricas o resgate do receptor e a inserção da comunicação no âmbito da cultura são opções teórico-metodológicas que permitem a superação da visão instrumental e do midiacentrismo predominantes em nossa disciplina. Elas oferecem novas lentes para o estudo da cultura das mídias. No entanto, quando se toma o paradigma das mediações e, em particular, as formulações de Martín-Barbero, é preciso estabelecer relações também com outras escolas européias, em especial com o pensamento francês.

Jean Caune concentra sua produção no estudo das convergências teóricas entre Comunicação e Cultura e discute as mediações culturais na perspectiva da estética e da política. Ao afirmar que “a cultura é comunicação”, ele pensa o ser humano em seu meio social, como parte de um grupo e sustenta que:

Tous les phénomènes de relation et de transmission qui permettent la perpétuation de la culture du groupe sont considérés comme phénomènes de communication. L'adaptation de l'homme au milieu, les grandes unités signifiantes du discours et des faits humains entrent alors dans la catégorie des faits de communication. (Caune, 2006, p. 57)



A partir de uma primeira leitura, o que se pode apreender do pensamento de Jean Caune é que ele guarda laços de diálogo com as idéias de Martín-Barbero. Ao formular uma ética da mediação, ele recorre à antropologia e observa que as mediações culturais estão presentes no campo do imaginário popular e do grupo de convivência, etc.; mas adverte para o fato de que na sociedade contemporânea os adventos tecnológicos se constituem cada vez mais em fatores de mediação:

Du point de vue anthropologique, la médiation culturelle se manifeste dans les processus rituels, comportementaux, techniques, etc. par lesquels les individus donnent un sens à leur condition humaine. Ce point de vue extensif fait de toute acquisition technique transmise, de tout comportement imposé par la norme commune, de toute manifestation symbolique par laquelle l'homme entre en relation avec ce qu'il dépasse une forme de la médiation culturelle. Les nouvelles réalités nées avec la modernité ont remplacé l'opposition homme/nature par les interfaces homme/technique; dès lors, l'expérience humaine est confrontée aux médiations techniques qui transforment les appropriations culturelles. (Caune, 1999, p. 121-122)

Diálogos com autores franceses

Algo que marca a obra de Martín-Barbero é a centralidade do ser humano – inserido em seu lugar social e marcado por vivências e mediações – nos estudos da comunicação. Essa herança humanística vem de sua formação na área da Filosofia e de seus vínculos intelectuais com pensadores europeus. Nessa perspectiva, os estudos de comunicação se articulam com o universo da cultura e da política, com fortes laços com o campo da antropologia.

Como argumenta Dominique Wolton “a comunicação é antes de tudo uma *experiência antropológica* fundamental. Intuitivamente, comunicar consiste em um intercâmbio com o outro”. Por outro lado, ele lembra também, que a comunicação é “o conjunto de técnicas que, no período de um século, rompeu as condições tradicionais da comunicação direta, para substituí-la pelo reinado da comunicação à distância”. E, por fim, que “a comunicação se converteu em uma necessidade social funcional para economias interdependentes” (Wolton, 1997: 14-16). Por certo, essas três dimensões da comunicação encontram-se articuladas entre si e são interdependentes. A comunicação não é isso *ou* aquilo, mas isso *e* aquilo. Ela é, ao mesmo tempo, uma “experiência antropológica”, um “conjunto de técnicas” e uma “necessidade social”.

E, neste sentido, nosso estudo se distancia de um exercício sintático-semântico do composto meio-mensagem para uma análise semântico-pragmática, na qual o texto faz parte de um contexto e a mídia faz parte das mediações sócio-culturais.



Abre-se assim ao debate um novo horizonte de problemas, no qual estão redefinidos os sentidos tanto da cultura quanto da política, e do qual a problemática da comunicação não participa apenas a título temático e quantitativo – os enormes interesses econômicos que movem as empresas de comunicação – mas também qualitativo: na redefinição da cultura, é fundamental a *compreensão de sua natureza comunicativa*. Isto é, seu caráter de processo produtor de significações e não mera circulação de informações, no qual o receptor, portanto, não é simples decodificador daquilo qual o emissor depositou na mensagem, mas também um produtor. (Martín-Barbero, 1997: 228)

Esse resgate da figura do receptor como sujeito do processo comunicacional – e não mero objeto que sofre as ações da mídia – leva nossa reflexão ao campo da hermenêutica, disciplina bem presente na gênese do pensamento de Martín-Barbero. Sem pretender alcançar maior profundidade nessa linha de raciocínio, destaco duas ou três idéias de Paul Ricœur e Mikel Dufrenne que podem servir de pistas para a maior compreensão do paradigma das mediações, em suas articulações com os estudos hermenêuticos. Mais do que um esforço de exegese da mensagem, eles investem na hermenêutica, valorizando a experiência estética do receptor. Ricœur confronta os conceitos de explicação e interpretação, para chegar à idéia de compreensão. Ao analisar a leitura de textos literários, ele sustenta que

Deux manières de lire, disons-nous, s'offrent à nous. Nous pouvons, par la lecture prolonger et renforcer le suspens qui affecte la référence du texte, ambiance d'un monde et à l'audience des sujets parlants, attitude explicative. Mais nous pouvons aussi lever ce suspens et achever le texte en parole actuelle. C'est cette seconde attitude qui est la véritable destination de la lecture. (...) L'autre lecture ne serait même pas possible, si d'abord il n'apparaissait pas que le texte, en tant qu'écriture, attend et appelle une lecture ; si la lecture est possible, c'est bien parce que le texte n'est pas fermé sur lui-même, mais ouvert sur autre chose ; lire, c'est, en toute hypothèse, enchaîner un discours nouveau au discours du texte. Cet enchaînement concret d'un discours à un discours dénonce, dans la constitution même du texte, une capacité originelle de reprise qui est son caractère ouvert. L'interprétation est l'aboutissement concret de cet enchaînement et de cette reprise. (Ricœur, 1998: 170)

Como se pode notar, as formulações sobre hermenêutica de Ricœur se reproduzem na concepção de mediações de autoria de Martín-Barbero, que foi seu aluno. No caso da comunicação, mais do que a atitude explicativa – ou descritiva – dos fenômenos midiáticos, é preciso enxergar a dimensão interpretativa que se dá no contexto das leituras, marcadas por um diversificado leque de mediações. Fazendo um paralelo, poderíamos dizer que os estudos de comunicação devem ultrapassar a “exegese” dos meios a fim de alcançar uma “hermenêutica” das mediações. Não se trata, por certo, de desprezar a mídia como objeto de estudo, mas de encadear a análise de seus discursos com os discursos recriados no tempo-espço da recepção. Assim como o texto não está fechado nele mesmo, a mídia não se limita aos seus aspectos técnicos ou tecnológicos e, para ser compreendida em sua integralidade, demanda um



olhar que se desloque “dos meios às mediações”. Assim como ocorre com as manifestações artísticas, os produtos midiáticos – que também são permeados de elementos estéticos – estão abertos a múltiplas leituras; esperam e pedem o olhar do receptor. Pensar a estética implica em valorizar as possibilidades de interpretação, na busca de um melhor entendimento das impressões provocadas pelas expressões artísticas. Segundo Dufrenne,

Mais le plus important ici est que l'objet esthétique gagne en être à cette pluralité d'interprétations qui s'attachent à lui : il s'enrichit à mesure que l'œuvre trouve un public plus vaste et une signification plus nombreuse. Tout se passe comme si l'objet esthétique se métamorphosait... (Dufrenne, 1992: 103)

Também, as mensagens veiculadas na mídia se transformam quando os receptores se apropriam delas. E são diversificados os sentidos que elas ganham, decorrentes das diferentes mediações com as quais os receptores vivenciam. E na medida que elas ganham novos significados, elas se desdobram em novas práticas, em ações. De certa forma, essa é a aposta de Martín-Barbero e de outros autores latino-americanos que apostam nas possibilidades de reelaboração dos discursos da mídia por parte das pessoas. E se isso se faz, é possível desmitificar o poder onipresente da mídia e investir nas possibilidades de ação – e não apenas reação – dos receptores e na construção de um saber coletivo. Na obra *Du texte à l'action: essais d'herméneutique II*, Ricœur nos ensina que entre a teoria do texto e a teoria da ação existe uma relação de interdependência, lembrando que o texto é um bom *paradigma* para a ação humana e a ação, um bom *referente* para toda a classe de textos.

Telle est l'extraordinaire convergence qui apparaît entre la théorie du texte et la théorie de l'action. Les mêmes apories et les mêmes nécessités d'une solution dialectique ont surgi dans deux champs où peu d'influences se sont exercées d'un champ sur l'autre. J'aimerais suggérer l'idée que cette convergence n'est pas fortuite. Des raisons profondes justifient les transferts de la théorie du texte à la théorie de l'action et vice versa. (...) Je dirai en bref que d'un côté la notion de texte est un bon paradigme pour l'action humaine, de l'autre l'action est un bon référent pour toute une catégorie de textes. (Ricœur, 1998: 194-195)

Essas formulações hermenêuticas podem ser úteis para as nossas reflexões epistemológicas a respeito do objeto de estudo da comunicação. Podem nos ajudar a superar uma visão fragmentada entre meios e mediações. Assim como entre texto e ação existe uma relação de interdependência, entre meios e mediações podemos encontrar nexos que nos permitam vencer a polêmica que se arrasta ao longo dos anos. Nosso objeto de estudos não pode ficar restrito à dimensão técnica dos meios; os processos



mediáticos precisam ser vistos desde a perspectiva das mediações sócio-culturais que envolvem a comunicação na contemporaneidade. Para entender a teoria das mediações é preciso revisar um de seus fundamentos, presentes na hermenêutica de Paul Ricœur.

Martín-Barbero destaca em seus textos a influência de Paulo Freire, estabelecendo vários elos de ligação com as idéias de Paul Ricœur, confirmando nossa perspectiva de que as relações entre os pensamentos francês e latino-americano são fundamentais para entender o autor colombiano e, por consequência, parte das raízes do pensamento comunicacional de nosso subcontinente. Em texto a nós apresentado durante a referida entrevista, antes ainda de ser publicado pela revista *Anthropos*, Martín-Barbero fala de suas raízes e das matrizes de seu pensamento.

Rastreando unas referencias bibliográficas en mi tesis doctorado, presentada en Lovaina a fines del 1972, encontré escrito en la página 160: "Pensar el acontecimiento como praxis exige ir más allá de las formas para entrever las mediaciones que religan la palabra a la acción y constituyen las claves del proceso de liberación". Ahí se hallan los orígenes del concepto de mediación que ha marcado mi reflexión e investigación desde mediados de los años setentas. Siendo alumno de Paul Ricœur, en un curso que dictó en Lovaina en 1970, mi trabajo final fueron unos apuntes acerca del modo en que la pedagogía de Paulo Freire había sabido transformar la mirada fenomenológica en una pragmática que, asumiendo la capacidad performativa del lenguaje - en el sentido en que la entienden Austin y Searle - incorporaba el análisis de la "acción del lenguaje" a un programa de acción: la alfabetización de adultos, el aprendizaje de la lectura y la escritura, transformado en proceso de liberación de la palabra propia. (Martín-Barbero, 2008, p. 23)

O observar esse reconhecimento dado a Paul Ricœur, fica evidente a presença da matriz francesa no pensamento de Martín-Barbero. Isso sem citar outros nomes freqüentes em seus relatos, como os de Merleau-Ponty, Michel De Certeau e Pierre Bourdieu. Partimos, portanto, da idéia de que para conhecer as matrizes do principal eixo do pensamento comunicacional latino-americano – representado pelas formulações de Martín-Barbero – a bibliografia francesa é passagem obrigatória.

Resta, porém, verificar se a influência francesa no pensamento latino-americano, identificada nas leituras realizadas, ocorre de maneira mútua, com a presença de teorias e autores latino-americanos nos referenciais das pesquisas desenvolvidas na França. Não há como negar que esse movimento de troca é ainda muito desigual. Predomina ainda a relação entre colonizador e colonizado. Assim, cabe aos pesquisadores latino-americanos uma postura de persistência, na busca constante de diálogo e de difusão no velho continente das teorias desenvolvidas aqui nos trópicos.



Referências Bibliográficas

ADGHIRNI, Zélia Leal. “O Lugar do Jornalismo na Comunicação” in **Líbero, Ano IX** – Nº 17. São Paulo: FCL, 2006.

BARROS, Laan Mendes de. “Comunicador e Comunicólogo”, in **Communicare, Vol 4, Nº 1**. São Paulo: FCL, 2004.

BOUGNOUX, Daniel. **Introdução às Ciências da Informação e da Comunicação**. Petrópolis: Vozes, 1994.

CAUNE, Jean. **Esthétique de la Communication**. Paris : PUF, 1997.

_____. **Pour une Éthique de la Médiation: Le sens des pratiques culturelles**, Grenoble (França): PUG, 1999.

_____. **Culture et Communication : Convergences théoriques et lieux de médiation**, 2a. Ed. Grenoble (França): PUG, 2006.

DE CERTEAU, Michel. **A cultura no plural**. São Paulo : Papyrus, 1995.

DUFRENNE, Mikel. **Phénoménologie de l'expérience esthétique – Tome I – L'objet esthétique**. Paris : Presses Universitaires de France, 1992.

_____. **Phénoménologie de l'expérience esthétique – Tome II – La perception esthétique**. Paris : Presses Universitaires de France, 1992.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da indignação**. São Paulo: Editora UNESP, 2000.

GARCÍA CANCLINI, Nestor. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 3ª. Ed., Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

_____. **Culturas híbridas**. São Paulo: Edusp, 1998.

HALL, Stuart. **Da Diáspora - Identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG, 2006.

HERMÈS 28: Cognition, Communication, Politique. **Amérique Latine : Cultures et Communication**. Paris: CNRS, 2000.

LIMA, Venício A. de. **Comunicação e Cultura: as idéias de Paulo Freire**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981.

_____. **Mídia: Teoria e Política**. São Paulo, Perseu Abramo, 2001.



LOPES, Maria Immacolata Vassalo (org). **Epistemologia da Comunicação**. São Paulo, Loyola, 2003.

MARQUES DE MELO, José & DIAS, Paulo da Rocha (orgs). **Comunicação, Cultura, Mediações**. São Bernardo do Campo, Umesp / Cátedra Unesco, 1999.

MARQUES DE MELO, José & GOBBI, Maria Cristina (orgs). **Pensamento Comunicacional Latino-Americano: da Pesquisa-Denúncia ao Pragmatismo Utópico**. São Bernardo do Campo, Umesp / Cátedra Unesco, 2004.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações**, Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

_____. **Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura**. São Paulo: Loyola, 2004.

_____. *Des Médias aux Médiations*. Paris: CNRS, 2002.

_____. *De la Experiencia al Relato: cartografías culturales y comunicativas de Latinoamérica* (autobiografía). Barcelona: **Revista Anthropos**, Nº 219, 2008.

MIÈGE, Bernard. **O Pensamento Comunicacional**. Petrópolis : Editora Vozes, 2000.

OLIVESI, Stéphane (org). *Sciences de l'information et de la communication : Objets, savoirs, discipline*. Grenoble (França): PUG, 2006.

RICŒUR, Paul. *Du texte à l'action: Essais d'herméneutique II*. Paris: Ed du Seuil, 1998.

SANTOS, Milton. **Técnica, espaço, tempo**. São Paulo: Hucitec, 1994.

WOLTON, Dominique. *Penser la communication*. Paris: Flammarion, 1997.