



Teoria das Mediações Culturais: Uma Proposta de Jesús Martín-Barbero para o Estudo de Recepção¹

José Guibson Delgado DANTAS²
Universidad de Málaga, Espanha

Resumo

Os estudos de recepção sempre se caracterizaram pela posição dicotômica dos trabalhos, que se preocupavam unicamente em posicionar o receptor como passivo ou ativo diante das mensagens emitidas pelos meios de comunicação de massa. Entretanto, influenciado pelas formulações teóricas dos *Cultural Studies*, o professor Jesús Martín-Barbero desenvolveu a Teoria das Mediações Culturais, que procurou compreender o processo comunicacional a partir dos dispositivos socioculturais que compreendem a emissão e recepção das mensagens. Este breve trabalho objetiva descrever e discutir esta proposta teórica, que reforçou o prestígio internacional da academia latino-americana das Ciências da Comunicação.

Palavras-chave: comportamento, mediações culturais, meios de comunicação, recepção, teoria,.

1. Introdução

A complexidade de abordagens sobre os efeitos e o modo de recepção das mensagens veiculadas pelos meios de comunicação de massa decorre da velocidade com que a sociedade se modificou a partir dos fins do século XIX.

Porém, de acordo com Néstor Garcia Canclini (2003), os primeiros investigadores dos estudos de recepção ignoraram os aspectos socioculturais e as características do receptor e apontaram os meios de comunicação como protagonistas centrais do processo comunicacional, preocupando-se apenas em saber como eles atuavam para manipular suas audiências.

¹ Trabalho apresentado no GT – Teorias da Comunicação, do Inovcom, evento componente do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

² Doutorando em Comunicação e Poder pela Universidad de Málaga. E-mail: jgddantas@gmail.com



O deslocamento da análise dos meios de comunicação de massa até as mediações culturais é um dos motivos condutores que configuram o modelo teórico-mediativo da obra de Jesús Martín-Barbero, um dos principais nomes da escola latino-americana de comunicação.

Ao julgar inaceitáveis as análises dos meios de comunicação que ignoram os conflitos, as contradições, as formas de dominação e de transformação do meio social, Martín-Barbero recusa as idéias difundidas pela Escola de Frankfurt e pelos teóricos marxistas da comunicação e elabora sua teoria a partir de algumas proposições dos *Cultural Studies*, abordagem culturológica da comunicação formulada por estudiosos reunidos no Centro for Contemporary Studies, da Univerdade de Birmingham (Inglaterra).

Em primeira instância, ele observou que os meios de comunicação não configuram o ser humano num receptor passivo e alheio à sua própria realidade, ou seja, a mídia não institui e delimita uma relação unilateral entre um emissor dominante e um receptor dominado, pois entre esses dois pólos há uma intensa troca de intenções na cadeia comunicacional. Isto é, os conteúdos culturais são responsáveis, juntamente com a vivência individual, pelos repertórios que cada sujeito possui para interpretar a realidade.

A teoria em foco, segundo Ana Carolina Escosteguy (2001), faz com que a comunicação assuma um sentido de práticas sociais que podem abarcar o sentido de produção cultural. Na ordem geral desta proposta pode-se dizer que não é possível compreender o que ocorre no campo da comunicação apoiando-se apenas no que produzem os especialistas da área.

2. Os caminhos das mediações

O modelo comunicacional barberiano estabelece a recepção midiática como um processo de interação, em que entre o emissor e o receptor há um



espaço de natureza representativa ou simbólica que é preenchido pela mensagem, a qual é configurada com múltiplas variáveis. Essa complexidade de fatores que envolve a mensagem faz com que a intenção inicial emitida pelo emissor possa não vir ser a mesma captada e recebida pelo receptor.

A experiência e a complexidade de conteúdos provenientes do encontro entre o emissor e receptor é que ditam a forma como a mensagem será absorvida pelo receptor, como explica o próprio autor:

“A verdadeira proposta do processo de comunicação e do meio não está nas mensagens, mas nos modos de interação que o próprio meio – como muitos dos aparatos que compramos e que trazem consigo seu manual de uso – transmite ao receptor” (MARTIN-BARBERO, 2002, p. 55).

Dessa forma, sua análise contrasta radicalmente com a teoria crítica formulada pela Escola de Frankfurt: enquanto, para Martín-Barbero, os meios de comunicação de massa e a Indústria Cultural propõem uma perspectiva que o público dispõe, de forma diferente, em seus vários segmentos constitutivos, por outro lado, a Escola de Frankfurt aponta as Indústrias Culturais como uma ferramenta inexorável de controle social, manipuladora da consciência das massas.

Na verdade, a proposta barberiana centra-se na observação do espaço simbólico ou representativo que medeia a relação entre emissor e receptor. Assim, “o eixo do debate deve se deslocar dos meios para as mediações, isto é, para as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e para a pluralidade de matrizes culturais” (MARTIN-BARBERO, 2002, p. 55).

A diferença central do processo de recepção dessa teoria em relação aos estudos tradicionais dos efeitos provocados pela comunicação midiática está no fato de que a circulação dos novos meios de propagação e produção de



elementos culturais são condicionados pelas tecnologias da Comunicação. Estas trabalham em harmonia com a sensibilidade e as formas de percepção do povo, que dotado de sentido interpreta a mensagem a partir do seu repertório sociocultural. Dessa forma:

“Pensar os processos de comunicação neste sentido, a partir da cultura, significa deixar de pensá-los a partir das disciplinas e dos meios. Significa romper com a segurança proporcionada pela redução da problemática da comunicação à das tecnologias” (MARTÍN-BARBERO, 2000, p. 297).

Entretanto, vale ressaltar que esta perspectiva não significa direcionar a investigação dos processos comunicacionais à desorganização epistemológica, pois, segundo Ilana Polistchuk e Aluizio Ramos Trinta (2003, p. 147-148) “significa centrá-lo em um eixo sociocultural, pelo qual estão em causa as leituras (os processos individuais e coletivos de dotação de sentidos) que cada um faz do que é destinado a todos”.

A implicação do pensamento barberiano de analisar a comunicação a partir da cultura pressupõe não centralizar a observação unicamente nos meios, mas ampliar a análise para as mediações. É através das observações conceituais que se pode conceber a mediação como conexões com elementos diversos que formam um todo novo, espécie de ponte que permite alcançar um novo panorama sem sair totalmente do primeiro.

O ato de mediar significa fixar entre duas partes um ponto de referência comum, mas equidistante, que a uma e a outra faculte o estabelecimento de algum tipo de inter-relação, ou seja, as mediações seriam estratégias de comunicação em que, ao participar, o ser humano se representa a si próprio e o seu entorno, proporcionando uma significativa produção e troca de sentidos.

A variedade das mediações diz respeito aos aspectos:



- Estruturais (classe social, experiências, conhecimentos, família, etc.)
- Institucionais (escola, igreja, política, esporte, etc.)
- Conjunturais (modo de enxergar a vida, acervo cultural, etc.)
- Tecnológicos (televisão, rádio, cinema, etc.). É através deles que é possível compreender a interação entre produção e recepção ou entre lógicas do sistema produtivo e lógica dos usos.

Assim, o que é produzido e apresentado pelos meios não tem ligação unicamente com a lógica produtiva ou comercial, mas também se relaciona com os desejos dos receptores, que são trabalhados pelo discurso hegemônico.

3. A cultura como campo hegemônico

O diálogo multidisciplinar proposto por Martín-Barbero baseia-se, sobretudo, na relação entre cultura e comunicação de massa. Sua visão de cultura é mais dinâmica e menos elitista que, por exemplo, a visão de Horkheimer e Adorno.

Entretanto, os mecanismos de manipulação, que prevêm e prescrevem reações, apontados pelas teorias de recepção tradicionais, não são ignorados por Martín-Barbero. Na verdade, ele denuncia a eminente interação entre a Indústria Cultural e os seus consumidores e destaca que as tecnologias não são apenas 'parafernália da era eletrônica', constituindo-se em organizadoras da percepção, tanto no plano da existência individual como na esfera da vida coletiva.

O conceito de hegemonia de Antonio Gramsci permitiu a teoria das mediações admitir tanto a reprodução do sistema de dominação quanto a resistência a esse mesmo sistema. O aporte gramsciano, ao entender a hegemonia como um processo vivido pelos sujeitos sociais, fez com que



Martín-Barbero, para compreender o processo de comunicação, investigasse não só as peripécias do dominador, mas também os elementos que no dominado trabalham a favor do dominador, ou seja, a cumplicidade inconsciente de sua parte e a sedução que se produz entre ambos.

Sobre o conceito de hegemonia, Luciano Gruppi (2000, p 3), estudioso da obra de Antônio Gramsci, afirma que:

“(...) o conceito de hegemonia é apresentado por Gramsci em toda sua amplitude, isto é, como algo que opera não apenas sobre a estrutura econômica e sobre a organização política da sociedade, mas também sobre o modo de pensar, sobre as orientações ideológicas e inclusive sobre o modo de conhecer”.

Assim, a hegemonia não seria centralizada ou estática, como acreditavam alguns, mas uma posição que pode se refazer constantemente. Dessa forma, uma classe só pode tornar-se hegemônica se passar a representar, também, interesses que as classes subalternas identifiquem como seus.

A importância da incorporação desse conceito na análise da dimensão cultural é destacada e reafirmada por Martín-Barbero (Apud ESCOSTEGUY, 2001, p. 99) como um avanço teórico:

“A hegemonia nos permite pensar a dominação como um processo entre sujeitos onde o dominador intenta não esmagar, mas seduzir o dominado, e o dominado entra no jogo porque parte dos seus próprios interesses está dita pelo discurso do dominador. E, segundo elemento que nos traz Gramsci com o conceito de hegemonia, é que essa dominação tem que ser refeita continuamente, tanto pelo lado do dominador como pelo do dominado”.

Dessa forma, a problemática da comunicação é deslocada para a cultura; para o processo de produção de significados; para o complexo e ambíguo espaço da experiência dos sujeitos. Assim, o receptor não é apenas um mero



decodificador dos conteúdos das mensagens impostas pelo emissor, mas também produtor de novos significados. Embora designado como dominado, em nível econômico, mantém um espaço interior de resistência que lhe permite rechaçar conteúdos discursivos que culturalmente não são reconhecidos por ele.

O receptor seria, então, bem mais que um mero indivíduo que recebe as mensagens, mas um sujeito do processo de comunicação em que interpreta o conteúdo da mensagem conforme os valores sociais que defende. Ao receber a mensagem, “pelo exercício de seu repertório, ele a reconhece. Pela negociação mediadora, ele a dota de sentido” (POLISTCHUK; TRINTA, 2003, p. 150).

Em relação ao panorama latino-americano, há resistências culturais, que no povo se estabelecem a partir da remodelação constante do simbolismo popular. Isto é, nem tudo pode ser considerado manipulação ou domínio, pois a idéia de hegemonia permite-se pensar a cultura popular como uma mistura “negociada” de intenções e contra-intenções.

O elo de ligação entre a cultura hegemônica e as culturas subalternas possui uma dinâmica que pode ser encontrada na passagem do popular para o massivo na historicidade social latino-americana. O longo processo de enculturação – em que o Estado-Nação forçou a homogeneização de usos, costumes, línguas e rituais e transferiu o poder da comunidade para o centro – foi essencial para a unificação política da pluralidade cultural que caracteriza o seio do continente, requisito este para o estabelecimento de um mercado.

Porém, em nenhum momento o processo de enculturação foi totalmente repressivo, pois desde o século XVII o que se vê é uma produção de cultura cujos destinatários são as classes populares. A produção cultural – que medeia a união e separação das classes ao mesmo tempo – é configurada a partir de uma indústria de imagens e narrativas, pois segundo Martín-Barbero (apud MELO; ROCHA, 1999, p. 84) “a construção da hegemonia implicava que o povo fosse



tendo acesso às linguagens em que ela se articula (...) Não há hegemonia nem contra hegemonia sem circulação cultural”.

Entre os povos da América Latina, por exemplo, as culturas indígenas são parte integrada à estrutura produtiva capitalista, sem que sua originalidade se esgote no capital. Essa idéia sobre a cultura nativa que recebe novas contribuições nos contatos transculturais que a enriquece e não a descaracteriza é discutida por Nestor Garcia Canclini ao analisar os contatos entre a Tradição e a Pós-modernidade nos países da América Latina.

Essa visão trata com naturalidade a relação entre várias identidades culturais que se deparam com a cultura hegemônica, sem demonizar o encontro, por reconhecer que étnica e culturalmente a América Latina é híbrida, mestiça, e essas características fazem com que o corpo social deste continente seja um mosaico de representações e traços culturais de diversas classes e épocas. Uma das conseqüências da inter-relação entre vários segmentos sociais e culturais é, segundo Desirée Cipriano Rabelo (1999) o surgimento de uma nova cultura: a cultura de massa. Entretanto, Garcia Canclini considera que o conceito de cultura é formado das várias formas de expressão cultural, entre elas destaca a de massas, o que faz com que ela seja também parte de cada cultura nacional pelos conteúdos nativos que recebe dela.

Referindo-se ao tema, Rejane Markman (2001, p. 28) afirma que:

“Em relação com a convivência entre as culturas de elementos transnacionais, Néstor García Canclini afirma que na atualidade torna-se insustentável manter-se a divisão entre o que seja popular, culto ou massivo, porque a ordenação acadêmica das disciplinas que gerou a interdisciplinaridade, mudou a forma de conceber o conceito de cultura. Concordando com o autor, pode-se dizer que na produção nacional dos conteúdos dos meios de massas, a concorrência dos elementos nacionais produz tantas culturas de massas quanto são as culturas nacionais”.



Mais que um fato social, esse 'hibridismo cultural' oculta dentro de si uma nova forma de enxergar, narrar e traduzir a realidade, incluindo o papel exercido pelos meios de comunicação de massa. Essa mestiçagem é o resultado de um longo percurso em que o indígena foi transformado no rural, o rural no urbano, o urbano no popular e o popular no massivo, que estabelece o papel fundamental de mediadores exercidos pelos meios em tal percurso.

Conclusão

A partir do momento em que Martín-Barbero uniu os processos sociais à análise comunicacional, ele inaugurou uma linha teórica que resgatou a criatividade dos sujeitos, a complexidade da vida e o caráter interativo exercido com os meios.

Sua formulação teórica, quando aplicada nos estudos de recepção midiática, fornece aos pesquisadores um conjunto de conceitos que lhes dá condições de superar a dicotomia receptor passivo-ativo, tão comum nesse tipo de estudo.

Ademais, a Teoria das Mediações Culturais colocou a academia latino-americana numa condição de destaque no cenário acadêmico internacional, por seu reconhecido esforço multidisciplinar de se enxergar o processo de comunicação a partir dos dispositivos socioculturais que influenciam o modo dos sujeitos envolvidos interpretarem o mundo.

Referências

CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas**. 4. ed. São Paulo: Edusp, 2003.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. **Cartografias dos estudos culturais**: uma versão latino-americana. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.



MARTIN-BARBERO, Jesús. Comunicação e mediações culturais. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, vol XXIII, n. 1, jan-jun. 2000.

_____. **América Latina e os anos recentes**: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUSA, Mauro Wilton (org.). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 2002.

POLISTCHUK, Ilana; TRINTA, Aluizio Ramos. **Teorias da Comunicação**: o pensamento e a prática da Comunicação Social. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

MELO, José Marques de; ROCHA, Paulo da (org.). **Comunicação, cultura e mediações**: o percurso intelectual de Jesús Martín-Barbero. São Bernardo do Campo: Umesp, 1999.

GRUPPI, Luciano. **O conceito de hegemonia em Gramsci**. 4. ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2000.

MARKMAN, Rejane Sá. **La juventud y el simbolismo de la música mangubeat**: valores y postmodernidad. Bellaterra, 2001. 414 f. Tese (Doutorado em Jornalismo e Ciências da Comunicação) – Universitat Autònoma de Barcelona, 2001.

RABELO, Desirée Cipriano. **Da linguagem às mediações**. In: MELO, José Marques de; DIAS, Paulo da Rocha (org.). *Comunicação, cultura e mediações: o percurso intelectual de Jesús Martín-Barbero*. São Bernardo do Campo: Umesp, 1999.