

2

# Teoria das Mediações Culturais:

Uma Proposta de Jesús Martín-Barbero para o Estudo de Recepção

José Guibson Dantas

Doutor em Comunicação e Poder pela  
Universidad de Málaga. Professor de  
Comunicação da Universidade Federal do  
Maranhão [jgddantas@gmail.com](mailto:jgddantas@gmail.com)

# ABSTRACT RESUMO RESUMEN ABSTRACT

**resumo**

Este breve trabalho objetiva descrever e discutir a Teoria das Mediações Culturais, uma proposta teórica desenvolvida pelo professor Jesús Martín-Barbero, que procurou compreender o processo comunicacional a partir dos positivos socioculturais que influenciam a recepção e emissão das mensagens, superando a posição dicotômica dos estudos de recepção que se preocupavam unicamente em posicionar o receptor como passivo ou ativo diante das mensagens emitidas pelos meios de comunicação de massa.

**Palavras-chave: mediações, recepção, teoria, comunicação.**

**abstract**

This brief work objectively describes and discusses the Theory of Cultural Mediations, a theoretical proposal developed by Professor Jesús Martín-Barbero, who sought to understand the communication process from the positive socio-cultural that influence the receipt and issuance of messages, overcoming a dichotomous position of the studies reception that used to focus only on the receiver position as passive or active in relation to the messages of the media of mass.

**Key-words: mediations, reception, theory, communication.**

**resumen**

Este breve trabajo objetiva describir y discutir la Teoría de las Mediaciones Culturales, una propuesta teórica desarrollada por el profesor Jesús Martín-Barbero, que trata de comprender el proceso de comunicación a partir de los dispositivos socioculturales que influyen en la recepción y emisión de mensajes, superando la posición dicotómica de los estudios de recepción que se preocupaban únicamente en posicionar el receptor como pasivo o activo frente de los mensajes emitidos por los medios de comunicación de masa.

**Palavras-chave: mediaciones, recepción, teoría, comunicación.**

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.

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 ideias 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 Universidade 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 polos há 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 de tal 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.

## 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 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. Nesse sentido, a experiência e a com-

plexidade 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 (2002, p. 55):

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.

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 segundo a qual o público dispõe, de forma diferente, em seus vários segmentos constitutivos, por outro lado, a Escola de Frankfurt aponta as Indústrias Culturais como 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” (MARTÍN-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, tal 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 interrelação, ou seja, as mediações seriam estratégias de comunicação em que, ao participar, o ser humano se representa a si próprio e ao seu entorno, proporcionando 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.

## 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 prevêem 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 à 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 Martín-Barbero, para compreender o processo de comunicação, investigar 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, diz Luciano Gruppi (2000, p. 3) que:

(...) 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 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, no 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 do que um mero indivíduo que recebe as mensagens, mas um sujeito do processo de comunicação 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 ideia de hegemonia permite pensar a cultura popular como uma mistura “negociada” de intenções e contra-intenções. O elo 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 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 ideia 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 do continente seja um mosaico de representações e traços culturais de diversas classes e épocas. Uma das consequências da interrelação 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; dentre elas, destaca a de massas, o que a faz ser 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, 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 aos 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 enxergar o processo de comunicação a partir dos dispositivos socioculturais que influenciam o modo de os 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.
- \_\_\_\_\_. Os Estudos Culturais e a constituição de sua identidade. In: GUARESCHI, Neuza Maria de Fátima; BRUSCHI, Michel Euclides (orgs.). **Psicologia Social nos Estudos Culturais: perspectivas e desafios para uma nova psicologia social**. Petrópolis: Vozes, 2003.
- 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 maguebeat: 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.