

# Mediação e recepção. Algumas conexões teóricas e metodológicas nos estudos latino-americanos de comunicação\*

## *Mediation and reception. Some theoretical and methodological connections in Latin American communication studies*

MARIA IMMACOLATA VASSALLO DE LOPES \*\*

### RESUMO

O artigo tem como base o debate atual na América Latina e no Brasil, de teor epistemológico e metodológico, sobre os conceitos e processos de recepção, mediação e midiatização incluída. Ele pretende examinar os rumos dos estudos de comunicação na região, conectando as fortes tradições da pesquisa de recepção e da teoria das mediações com a emergente perspectiva da midiatização. Com tal objetivo, analisamos os vários *mapas metodológicos das mediações* que têm acompanhado as mudanças das relações estruturais entre comunicação e sociedade. Concluímos que apesar da posição central que esta teoria tem hoje no campo da comunicação na América Latina, ela ainda deve ser levada para o debate internacional sobre as teorias da comunicação.

**Palavras-chave:** Teorias da comunicação, mediação, midiatização, pesquisa empírica, epistemologia

### ABSTRACT

The article is based on the current debate in Latin America and Brazil, of epistemological and methodological nature, regarding the concepts and processes of reception, mediation and mediatization included. It intends to peruse the paths of communication studies in the region, linking strong traditions of mediation and reception theories with emerging perspective of mediatization. We intend to analyze the various *methodological maps of mediations* that have been following the changes of the structural relationships between communication and society. We conclude that despite the central position today this theory in the field of communication in Latin America, it still should be taken to the international debate on theories of communication.

**Keywords:** Theories of communication, mediation, mediatization, empirical research, epistemology

\* Este trabalho foi originalmente apresentado no painel "Sociological perspectives on mediatization theory: semiotics, reception, practice and institutions", na *Mediated Communication, Public Opinion & Society Section* do Congresso da IAMCR, Dublin, Irlanda, 25-29 junho 2013. (Coordenador do painel: Stig Hjarvard).

\*\* Professora titular da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo e docente do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da USP, São Paulo-SP, Brasil. Áreas de interesse: Epistemologia da Comunicação, Estudos de Recepção e Ficção Televisiva. Coordena o Observatório Ibero-americano da Ficção Televisiva (OBITEL). Pesquisadora 1A do CNPq. E-mail: immaco@usp.br

**PONTOS DE PARTIDA**

**O**S OBJETIVOS QUE nortearam o presente trabalho tentam responder à proposta feita por Stig Hjarvard para o painel “Sociological perspectives on mediation theory: semiotics, reception, practice and institutions” (IAMCR, 2013):

Neste painel convidamos a um diálogo entre as várias vertentes da teoria sociológica e cultural envolvida com a teoria da mediação que até o momento têm se desenvolvido sem muito intercâmbio intelectual e (...) também desejamos abordar as diferenças, tanto em termos de tradições intelectuais quanto de experiências empíricas.

O estado atual dos estudos de comunicação leva a enfatizarmos a contribuição distintiva da teoria latino-americana das mediações. Esta contribuição pode ser vista como uma tentativa de ultrapassar abordagens teóricas fragmentadas e simplificadas posicionando as *mediações como uma perspectiva teórica integrada da produção, produto e audiência dentro dos estudos comunicacionais*. A comunicação passa, então, a ser vista como um domínio privilegiado para a produção de sentido da vida, refutando sua concepção reprodutivista e formulando que “*mais do que os meios, a comunicação hoje é uma questão de mediações*” (Martín-Barbero, 1989: 19). O resultado é um desenho complexo de pesquisa que envolve a estrutura e a dinâmica da produção de conteúdos, os usos e apropriações desses conteúdos e a composição textual dos mesmos. Note-se que esta perspectiva teórica vai além da proposta que caracterizava a maioria dos estudos de recepção, porque é a partir de um deslocamento para o interesse cultural e político com o que as pessoas fazem com a mídia no seu cotidiano que passa a desenvolver-se uma forte tendência para a pesquisa de recepção.

**A moderna tradição latino-americana dos estudos de recepção**

Os estudos de recepção na América Latina constituem uma abordagem que emerge como um ponto de confluência de outras tradições (Jensen e Rosengreen, 1990), com as quais mantêm desacordos e diferenças críticas. Além disso, essas abordagens diferem entre si mesmas em suas pressuposições teóricas, escolhas metodológicas e em seu conceito de recepção, e derivam até mesmo de diferentes campos disciplinares.

Os estudos latino-americanos de recepção começaram a surgir na década de 1980, no bojo de um forte movimento teórico crítico que procurava fazer uma reflexão alternativa sobre a comunicação e a cultura de massas através da perspectiva gramsciana, propondo-se como contraponto às análises funcionalistas, semióticas e frankfurtianas predominantes até então.

Sobretudo foi dentro da temática das *culturas populares* que uma teoria complexa e multifacetada da recepção começou a ser desenvolvida, tendo como

eixos básicos de reflexão o deslocamento dos meios às mediações (Martín-Barbero, 1987)<sup>1</sup> e os processos de hibridização cultural (García Canclini, 1990).

Hoje a perspectiva teórica das mediações e da hibridização tem uma presença central na pesquisa de recepção na América Latina como demonstrado pelas equipes de pesquisa em vários países do continente latino-americano (Jacks, 2011).<sup>2</sup> Esta tradição começou com os pioneiros projetos de recepção ativa no Chile (Fuenzalida, 1987); telenovela no México (González, 1991) e Colômbia (Martín-Barbero e Muñoz, 1992); crianças e televisão no México (Orozco, 1991); até alguns mais recentes no Brasil, como a telenovela (Lopes et al., 2002), a recepção transmídia (Lopes, 2011), os jovens e a televisão (Ronsini, 2012), o consumo de mídia (Baccega, 2008), o noticiário televisivo (Gomes, 2013). O elemento central e comum a todos estes projetos é a *experimentação metodológica* para avançar nos procedimentos técnicos de investigação empírica de modo a torná-los compatíveis com a complexidade do enquadramento teórico das mediações. Outra característica geral é o *desenho global* do processo de investigação empírica, envolvendo a estrutura e as dinâmicas de produção de mensagens, os usos e apropriações destes textos e a composição textual. Esta perspectiva teórica, vale repetir, vai muito além de uma proposta para os estudos de recepção, adquirindo o estatuto de uma proposta específica para os estudos de comunicação.

Dentro do quadro dessas tradições teóricas e de suas renovações, o que deve ser retido é a *crítica cultural e política*, que se refere tanto à tradição dos *estudos culturais* na América Latina onde o par cultura/política é central na perspectiva gramsciana, quanto aos trabalhos críticos dos *estudos culturais* iniciais (Hoggart, Thompson e Williams), os quais propõem que as práticas de recepção sejam articuladas com as relações de poder. A recepção, por conseguinte, não é um processo redutível a fatores psicológicos e à vida cotidiana, a despeito de ancorar-se nessas esferas, mas é um fenômeno profundamente político e cultural. Isto é, os processos de recepção devem ser vistos como parte integrante das práticas culturais que articulam processos tanto subjetivos como objetivos, tanto de natureza micro (o ambiente imediato controlado pelo sujeito) como macro (a estrutura social que escapa a esse controle). A recepção é por isso um contexto complexo, multidimensional em que as pessoas vivem suas vidas diárias e em que, ao mesmo tempo, se inscrevem em relações de poder estruturais e históricas que extrapolam suas atividades cotidianas. Este é o conjunto de pressupostos que informa uma *teoria compreensiva* dos estudos de recepção. A produção e a reprodução social do sentido envolvidas nesses processos culturais não são apenas uma questão de sentido, mas, também e principalmente, uma questão de poder. Esta é, essencialmente, a contribuição distintiva da América Latina para a teoria das mediações.

1. O trabalho seminal de Jesús Martín-Barbero, *De los Medios a las Mediaciones*, foi primeiramente publicado em 1987 e traduzido para o inglês como *Communication, Culture and Hegemony* em 1993.

2. Este livro apresenta o estado atual dos estudos de recepção em 12 países latino-americanos.

### O CONCEITO DE MEDIAÇÃO

A teoria da recepção de Martín-Barbero deve ser vista, antes de mais nada, como *uma perspectiva de investigação* e não uma área de pesquisa sobre mais um dos componentes do processo de comunicação, neste caso, a audiência. Trata-se de uma tentativa de superação dos impasses a que tem nos levado a investigação fragmentada e, portanto, redutora do processo de comunicação em áreas autônomas de análise: da produção, da mensagem, do meio e da audiência.

Entretanto, foram necessários dez anos para tornar evidente que o que era realmente novo na teoria da recepção era propor uma abordagem que mostrasse a importância da mediação para os estudos de comunicação como um todo.

Enfatizamos a perspectiva integradora e compreensiva dos estudos de recepção, uma vez que *todo* o processo de comunicação é articulado a partir das *mediações*.<sup>3</sup> Como afirma Martín-Barbero (1992: 20):

As mediações são esse “lugar” de onde é possível compreender a interação entre o espaço da produção e o da recepção: o que [a mídia] produz não responde unicamente a requerimentos do sistema industrial e a estratégias comerciais, mas também a exigências que vêm da trama cultural e dos modos de ver.

A *mediação* pode ser pensada como uma espécie de estrutura incrustada nas práticas sociais e na vida cotidiana das pessoas que, ao realizar-se através dessas práticas, traduz-se em *múltiplas mediações*. A estratégia de pesquisa não começa com a análise do espaço da produção e da recepção para depois procurar entender suas imbricações. Ela começa a partir das *mediações*, isto é, dos lugares de onde surgem os fatores que “limitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural da [mídia]” (Martín-Barbero, 1987: 233).

De acordo com Jesús Martín-Barbero, *mediação* não possui uma única definição. Para compreender tal conceito é melhor começar por pensá-lo como uma noção plural, ou seja, *mediações*. É um conceito síntese que capta a comunicação a partir de seus nexos (“nós”), dos lugares a partir dos quais se torna possível identificar a interação entre os espaços da produção e do consumo da comunicação. De modo que a própria produção é vista em diálogo com as demandas sociais e com as novas experiências culturais que emergem historicamente a partir da materialidade social. A mídia não produz somente em função das expectativas mercadológicas e das estratégias do sistema industrial. O que é produzido pelas indústrias culturais atende *também* às demandas que emergem do tecido cultural e dos novos modos de percepção e de uso (Martín-Barbero, 1987).

Em síntese, a abordagem das mediações se afirma como renovadora em função de que a noção de mediação emerge de uma visão (re)integradora dos fenômenos de comunicação a partir do trinômio comunicação-cultura-política

3. Em português, o uso comum do termo mediação possui a forma plural – mediações – o que parece não ter paralelo em inglês.

(em seus próprios termos, também renovado), a partir da qual critica-se o exclusivismo e o determinismo dos paradigmas informacional-tecnológico, semiológico e ideológico que têm marcado a história dos estudos de comunicação na América Latina e no Brasil. Organiza-se, então, como uma perspectiva que pretende integrar todos os âmbitos da comunicação, tanto a produção e o produto como a recepção.

Portanto, para Jesús Martín-Barbero, o estudo da comunicação é muito mais do que apenas o estudo dos meios. O estudo da comunicação é um problema de *mediações*.

Vemos essa perspectiva bastante similar àquela que Roger Silverstone apresentou em seu livro *Why study the media?* publicado em 1999:<sup>4</sup>

devemos pensar na mídia como um processo, um processo de mediação. Para tanto, é necessário perceber que a mídia se estende para além do ponto de contato entre os textos midiáticos e seus leitores ou espectadores. É necessário considerar que ela envolve os produtores e consumidores de mídia numa atividade mais ou menos contínua de engajamento e desengajamento com significados que têm sua fonte ou seu foco em textos mediados, mas que dilatam a experiência e são avaliados à sua luz numa infinidade de maneiras (2002: 33).

O que aparece como assunção definitiva é a prioridade não do midiático, mas sim do *comunicacional* que está se transformando cada vez mais em um forte protagonista, reafirmando, por outras vias, a *sociedade da comunicação generalizada* de Vattimo (1989). Quem sabe não estamos aqui no âmago da especificidade da comunicação, especificidade sem dúvida histórica (Bachelard, 1977; Bourdieu e Wacquant, 1972), mas que possibilita a libertação das muitas culturas e muitas visões de mundo e que desmente, por isso, a idealização de uma sociedade “transparente” trazida no bojo do paradigma da sociedade da informação. É a complexidade das novas formas de experiência e de existência que passa a habitar na nossa cotidianidade concreta. A sociedade da comunicação, com sua especificidade histórica fincada na contemporaneidade, também retoma a separação entre ver e saber, presente no mito da caverna, e a *pergunta pela técnica* feita por Heidegger e pela qual passamos da época das imagens do mundo para o mundo constituído pela imagem. Vattimo define, sintomaticamente, a sociedade atual não como *sociedade da informação* mas como *sociedade da comunicação*, cujas especificidades são as ciências e as tecnologias de produção do mundo como imagem. A técnica, portanto, está recolocando o lugar da imagem tanto na ciência (imagem não mais como obstáculo, mas parte de um novo modo de conhecer e de construir o conhecimento) como na prática cotidiana.

4. Publicado em português com o título *Por que estudar a mídia?* (2002).

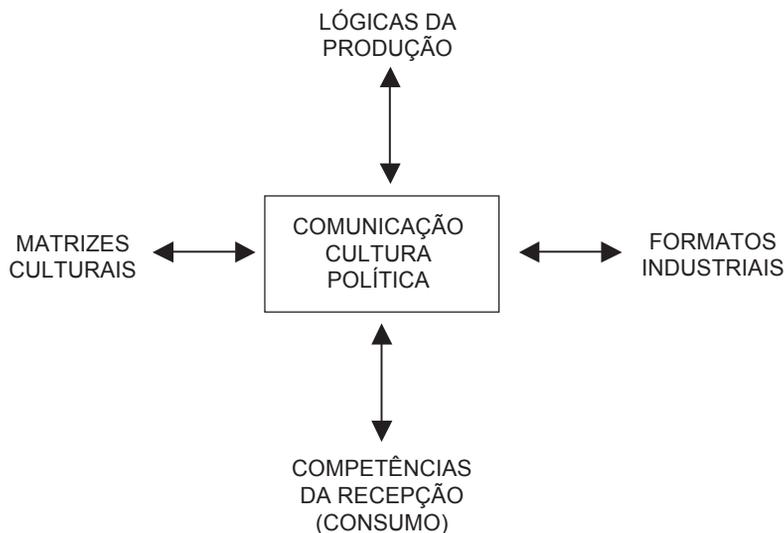
### MAPAS METODOLÓGICOS DA MEDIAÇÃO: DA MEDIAÇÃO CULTURAL DA COMUNICAÇÃO À MEDIAÇÃO COMUNICATIVA DA CULTURA

É fundamental acompanhar as modificações que o mapa das mediações apresenta ao longo da obra barberiana.<sup>5</sup> Por isso não há uma definição única de mediação, uma vez que ela parece ser uma noção movente, que acompanha permanentemente as mutações da sociedade especificamente no que diz respeito ao papel da comunicação.

Por ser a sociedade contemporânea uma *sociedade da comunicação*, são os processos comunicacionais enquanto operadores de sentido e o mercado como operador de valor que movem, através de suas contradições e ambivalências, os vínculos sociais entre os sujeitos.

Daí o primeiro mapa metodológico em que Martín-Barbero propõe o enfoque epistemológico da *comunicação a partir da cultura* ou o estudo das *mediações culturais da comunicação*. É o que se vê representado na Figura 1.

FIGURA 1. PRIMEIRO MAPA METODOLÓGICO DAS MEDIAÇÕES – 1987



No centro do mapa estão as mediações constitutivas: *comunicação, cultura e política* que remetem a dois eixos: o diacrônico ou histórico, entre *matrizes culturais e formatos industriais*; e o sincrônico entre *lógica da produção e competências da recepção* ou consumo cultural.

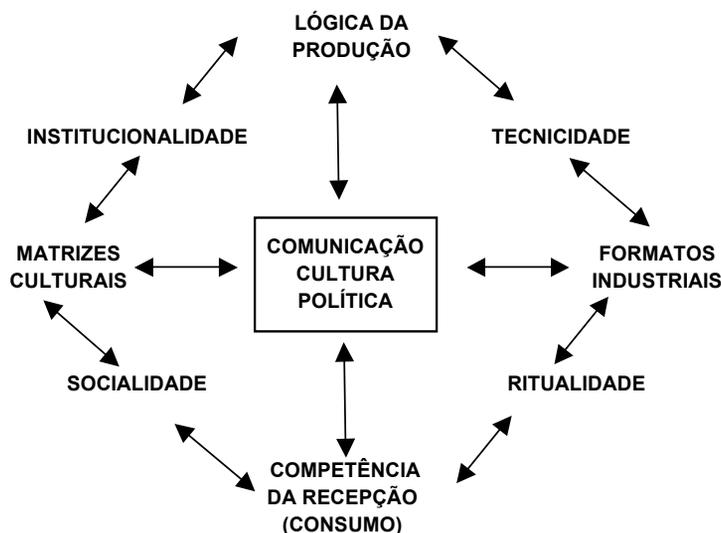
O segundo mapa é do fim dos anos 1990, quando, como afirmamos acima, fica evidente que a teoria das mediações ultrapassava a configuração de uma teoria da recepção e alcançava a proposta de uma teoria da comunicação.

5. Esse acompanhamento pode ser feito através das três introduções às diferentes edições do livro *Dos Meios às Mediações*. Até agora são três introduções: 1987: a primeira edição, da Editora Gustavo Gili, Barcelona; 1998: a quinta edição, do Convênio Andrés Bello, Bogotá; e 2010: Anthropos Editorial, Barcelona.

O mapa agora tem por objetivo o estudo da cultura a partir da comunicação, deslocando o estudo das mediações culturais da comunicação para o das *mediações comunicativas da cultura*. O olhar não se inverte no sentido de ir das mediações aos meios, senão da cultura à comunicação. É a própria noção de comunicação que é repensada. Passa-se a dar mais densidade epistemológica ao momento de conhecer o que vem da comunicação.

É o que mostra a Figura 2.

FIGURA 2. SEGUNDO MAPA METODOLÓGICO DAS MEDIAÇÕES – 1998 (2003)



Por meio deste mapa, é possível operacionalizar a análise de qualquer fenômeno social que relaciona comunicação, cultura e política, impondo-se como uma dimensão da articulação entre produtores, mídia, mensagens, receptores e cultura.

A mediação deve ser entendida como o processo estruturante que configura e reconfigura tanto a lógica da produção quanto a lógica dos usos. Ela exige pensar ao mesmo tempo o espaço da produção, assim como o tempo do consumo, ambos articulados pela vida cotidiana (usos/consumo/práticas) e pela especificidade dos dispositivos tecnológicos e discursivos da mídia envolvida.

A necessidade de *decoupage* do conceito, a fim de torná-lo metodologicamente manejável, leva-nos a afirmar os princípios que se seguem.

A mediação é um espaço entre a cultura, a comunicação e a política que coloca em relação dialética as lógicas da produção e do consumo, os formatos industriais e as matrizes culturais. O esquema também se move em dois eixos: o diacrônico, ou histórico de longa duração – entre as *matrizes culturais* e os

# D

## Mediação e recepção. Algumas conexões teóricas e metodológicas nos estudos latino-americanos de comunicação

*formatos industriais*; e o sincrônico, entre a *lógica da produção* e as *competências da recepção*. A novidade é que estas quatro dimensões básicas da mediação são articuladas por *múltiplas mediações*. A relação entre as matrizes culturais e a lógica da produção é mediada por diferentes regimes de *institucionalidade*, enquanto a relação entre as matrizes culturais e as competências da recepção é mediada por várias formas de *socialidade*. Entre a lógica da produção e os formatos industriais media a *tecnicidade* e entre os formatos e as competências da recepção media a *ritualidade*.

Não parece ser por acaso que, de um ponto de vista sistêmico, o objeto de estudo de Martín-Barbero (em primeiro lugar, a mediação como tecido de processos e materialidades da comunicação em um ambiente social e cultural) seja, em si, metodologicamente tratado por um pesquisador a partir de uma perspectiva da mediação (segundo, a mediação como um sistema de “des-coberta” de falsas polaridades).

A importância desse mapa está em reconhecer que a comunicação está mediando todas as formas da vida cultural e política da sociedade. Portanto, o olhar não se inverte no sentido de ir dos meios para as mediações e nem das mediações aos meios, senão para ver a complexa teia de múltiplas mediações. Foi necessário ao autor repensar a própria noção de comunicação, noção essa que sai do paradigma da engenharia e se liga com as *interfaces*, com os *nós* das interações, com a comunicação-interação, com as comunicação inter-mediada. E porque a linguagem é cada vez mais inter-mediada,<sup>6</sup> o estudo deve ser claramente interdisciplinar. Ou seja, trata-se de uma epistemologia que coloca em crise o próprio objeto de estudo. Segundo o autor, o que existia era que a identidade da comunicação era achada nos meios e, hoje, ela não se dá somente nos meios. A comunicação ocorre na interação que possibilita a interface de todos os sentidos, portanto, é uma *inter-mediação*, que é um conceito para pensar a hibridização das linguagens e dos meios.

Essa é a situação que marca a sociedade contemporânea que, com sua “mutação tecnológica passou a configurar um novo ecossistema comunicativo” (Martín-Barbero, 2010: 222).

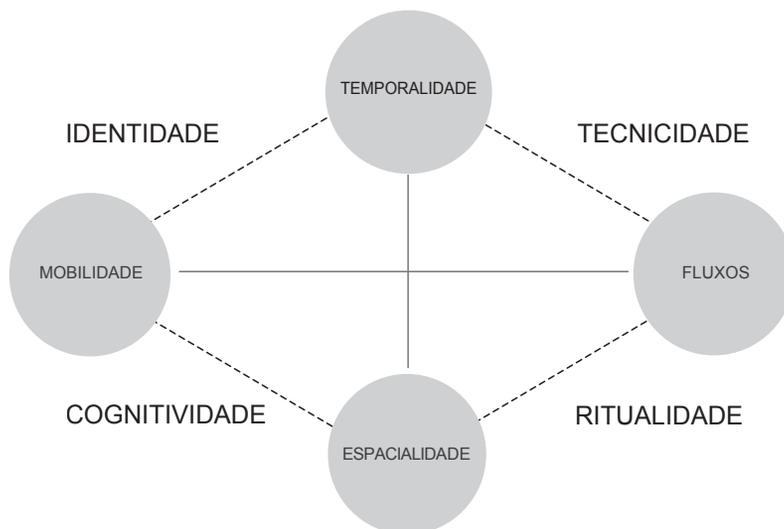
É o que mostra a Figura 3.

Esboçando apenas os traços mais grossos, esse mapa vincula os anteriores à investigação das mutações culturais contemporâneas, cujos eixos são a temporalidade/formas de espaço e mobilidade/fluxos.

A temporalidade contemporânea configura a crise da experiência moderna do tempo, que se manifesta na transformação profunda da estrutura da temporalidade, no culto ao presente, no debilitamento da relação histórica com o passado e na confusão dos tempos que nos prende à simultaneidade do atual.

6. O deslocamento da pesquisa em comunicação para a pesquisa das mediações, na América Latina, é de certo modo análogo ao deslocamento dos estudos da informação para os estudos dos signos, na França, e dos estudos da informação para os estudos dos *media*, na Alemanha (Bastos, 2012).

FIGURA 3. TERCEIRO MAPA METODOLÓGICO DAS MEDIAÇÕES – 2010



A espacialidade que se decupa em múltiplos espaços: o espaço habitado do território feito de proximidade e pertencimento, o espaço comunicacional que as redes eletrônicas tecem, o espaço imaginado da nação e de sua identidade, o espaço da cidade moderna com a subjetividade que emerge da nova relação com a cidade, dos modos de sua apropriação. A mobilidade, do trânsito incessante das migrações e das navegações virtuais dos internautas, com o aparecimento das novas figuras de sensibilidade. E os fluxos que, como os migrantes, provocam desordens sociais e políticas na cidade, também os fluxos de informação, das imagens, linguagens e escrituras virtuais desestabilizam a cultura letrada e escolar. A tecnologia digital desloca os saberes modificando tanto o estatuto cognitivo como institucional das condições do saber, conduzindo a um forte borramento das fronteiras entre razão e imaginação, saber e informação, arte e ciência, saber especializado e conhecimento comum.

Como todos sabem, a primeira grande síntese sobre as mediações foi formulada no livro *Dos meios às mediações*, lançado em 1987. Entretanto, a despeito da notável repercussão desse livro, algumas vozes têm incitado o autor a escrever outro livro que respondesse à inversão desse título, isto é, *Das mediações aos meios*, a fim de “reequilibrar”, no binômio, o peso da comunicação que teria sido subsumida pela cultura. Apesar de não concordarmos com o reducionismo que subjaz a essa proposta, talvez o autor tenha, de fato, aceito a incitação, pois o que temos visto, nos seus escritos dos últimos anos, é um notável esforço em oferecer pistas para elucidar (“entre-ver”, como diz ele) cada vez mais, as relações entre meios e mediações.

Isso nos leva ao debate epistemológico atual nos estudos latino-americanos de comunicação.

Devido ao adensamento teórico dado à noção de *tecnicidade*, vale a pena fazermos algumas reflexões sobre a sua importância para o alargamento do estatuto teórico e metodológico da pesquisa de comunicação nos países latino-americanos.

Através da noção de *tecnicidade* é possível entender a técnica como constitutiva, como dimensão imanente de uma noção antropológica de comunicação. Tomamos esta expressão não no sentido habitual de imputar essa visão à disciplina antropologia, mas no sentido do *elementarmente humano* (Gramsci). A necessidade da categoria *tecnicidade* se justifica, pois no que ocorre hoje com a comunicação não se dá a devida conta à noção grega de *techné* que remetia à destreza, à habilidade de fazer, mas também de argumentar, de expressar, de criar e de comunicar através de formas materiais, destreza essa que se atualiza com base nos novos modos de lidar com a linguagem. No entanto, caminhou-se para a noção de técnica como aparato, objetivação da *techné* nas máquinas ou nos produtos. Nem uma nem outra dessas noções parecem ser suficientes, hoje. Porque na técnica há novos modos de perceber, ver, ouvir, ler, aprender, novas linguagens, novos modos de expressão, de textualidades e escrituras. O sentido da *tecnicidade* não se relaciona à ideia de mero aparato tecnológico, mas à competência na linguagem (Martín-Barbero, 2004: 237), às materialidades no discurso que remetem à constituição de gramáticas que dão origem aos formatos e produtos midiáticos. A *tecnicidade* não é da ordem do instrumento, mas da ordem dos saberes, da constituição de práticas produtoras de inovações discursivas, dos modos de percepção social. Afasta-se, portanto, da noção de técnica como mero aparato, recuperando o original sentido do termo grego *techné*. Haveria uma espécie de *inter-mediação como experiência comunicativa*, ou seja, de muitas interfaces entre os diferentes meios e destes nos diferentes espaços comunicativos do consumo e da criação. O que está aí implícito é a recusa do sentido instrumental de tecnologia tão desenvolvida nos estudos de comunicação.

Reconhecer a envergadura que a *tecnicidade* tem hoje, não mais como instrumento, mas incrustada na estrutura mesma do conhecimento e da vida cotidiana. Acreditamos que aqui está uma *pista metodológica forte* que nos dá Martín-Barbero.

É possível transportar essa ideia desenvolvida acerca dos meios tradicionais para a lógica da sociedade em rede multiconectada, que traz, especialmente por meio do uso do computador e do celular, o acesso às novas mídias digitais. Novas formas de ação e novos tipos de relacionamentos sociais emergiram por meio do desenvolvimento dos meios de comunicação, permitindo novos modos

de interação. Há pouco tempo restrito às classes socioeconômicas privilegiadas, esse mundo digital chega aos que têm menor poder aquisitivo e cria massa de consumo para essas tecnologias. Dentre outros fatores, isso decorre muito especialmente da *competitividade tecnológica* e dos usos da tecnicidade (Martín-Barbero, 2001), por onde passa hoje em grande medida a capacidade de inovar e de criar. Porque a tecnicidade é menos assunto de aparatos que de *operadores perceptivos* e destrezas discursivas. Trata-se de uma *tecnicidade cognitiva e criativa* (Scolari, 2004), porque confundir a comunicação com as técnicas e os meios resulta tão deformador como pensar que eles sejam exteriores e acessórios à comunicação.

A incorporação dessas noções nos estudos de comunicação dá origem a novos lugares metodológicos. A apropriação do Mapa pelo pesquisador depende da estratégia metodológica que adotar em uma dada pesquisa empírica de modo que a escolha pode recair em determinadas mediações, e não em outras, dependendo do destaque que ganham na abordagem analítica. Desde a pesquisa sobre a recepção de telenovela (Lopes, 2002), que se tornou referência de trabalho empírico com base na metodologia das mediações, até trabalhos mais recentes mostram que, a partir de um determinado formato industrial (telejornal, telenovela), o pesquisador pode acionar elementos da linguagem televisiva em articulação com valores da produção e/ou da recepção dentro do mapa das mediações, uma vez que esse formato apresenta-se articulado às competências de recepção pela ritualidade ou socialidade e às lógicas de produção pela tecnicidade.

### O DEBATE SOBRE MEDIAÇÃO E MEDIATEZACÃO

A crescente importância do comunicacional na sociedade contemporânea segue *pari passu* a sua complexidade e as mudanças que isto impõe ao seu conhecimento. Com respeito aos modelos e esquemas de conhecimento atuais, o debate científico da comunicação, como todo debate científico, é feito dentro de um campo regulado pela lógica da autoridade científica e do reconhecimento (Bourdieu, 1976). Desse modo, este debate é sempre feito de controvérsias, oposições e complementaridades, ao mesmo tempo epistêmicas e políticas.

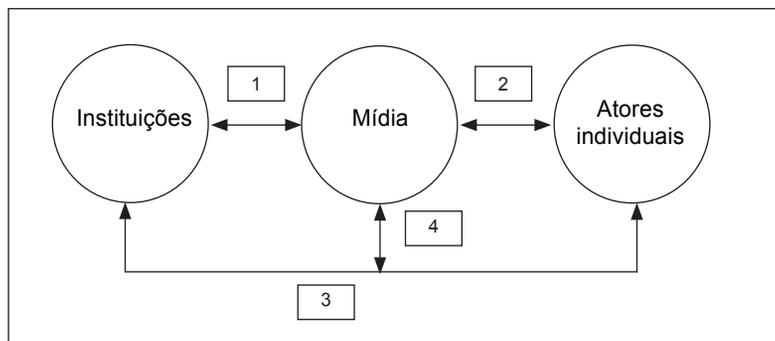
Assim, o retrato atual do campo da comunicação na América Latina mostra a predominância da perspectiva das mediações cujas raízes socioculturais e políticas estão baseadas nos estudos de recepção da década de 1980.

Outra escola teórica importante na América Latina tem sido a dos estudos do discurso, em suas várias tendências. A semiótica, ou semiologia, estrutura-se no diálogo com estas tendências. Seu apogeu foi na década de 1970 com a “virada linguística”. Hoje, no cenário brasileiro, esta tendência está sendo reafirmada

a partir do trabalho sobre a midiaticização do sociosemiótico argentino Eliseo Verón. Seu ensaio, *Esquema para el análisis de la mediatización* (1997), é uma referência metodológica.

Segundo ele, a sociedade é midiaticizada na medida em que a cultura, a lógica e as atividades da mídia atingem todas as práticas sociais, embora de modos específicos. Neste contexto, chamado de midiaticizado, o funcionamento das instituições e suas práticas são diretamente afetados pela presença dos meios de comunicação. Isto é mostrado na Figura 4.

FIGURA 4. ESQUEMA CONCEITUAL DA MEDIATEZACÃO DE VERÓN – 1997



Dada a sua natureza sociosemiótica, o esquema conceitual de Verón faz uma representação do processo de mediatização. Nele, são identificados quatro setores/zonas de produção de “coletivos” enquanto construções que ocorrem no centro da comunicação: (1) o relacionamento da mídia com outras instituições (não midiáticas) da sociedade; (2) a relação dos meios com outros atores individuais; (3) o relacionamento das instituições com os atores; e (4) o modo como a mídia afeta o relacionamento entre instituições e atores. As questões que correspondem a cada uma das quatro zonas são mostradas em exemplos. Na zona 1, a relação entre a mídia e o sistema político pode ser identificada, bem como entre os meios e a escola, os meios e a religião, etc. A zona 2 relaciona-se com as estratégias dos atores individuais em relação ao consumo de mídia. A zona 3 corresponde à transformação da cultura interna das organizações pelo trabalho da mídia, enquanto a zona 4 evoca questões que envolvem o processo pelo qual os meios afetam o relacionamento dos atores individuais com as instituições. A partir deste arranjo, “o termo mediatização não designa nada além do que é hoje a mudança social nas sociedades contemporâneas” (Verón, 1997: 17). Desse modo, a lógica da mídia impõe-se à sociedade como um todo e torna-se parte do tecido social. O fenômeno midiático, e portanto, a mediatização, são por isso tão importantes.

Em última análise, esta é uma sofisticada teoria da centralidade da mídia, adaptada ao contexto do ecossistema comunicativo da sociedade contemporânea.

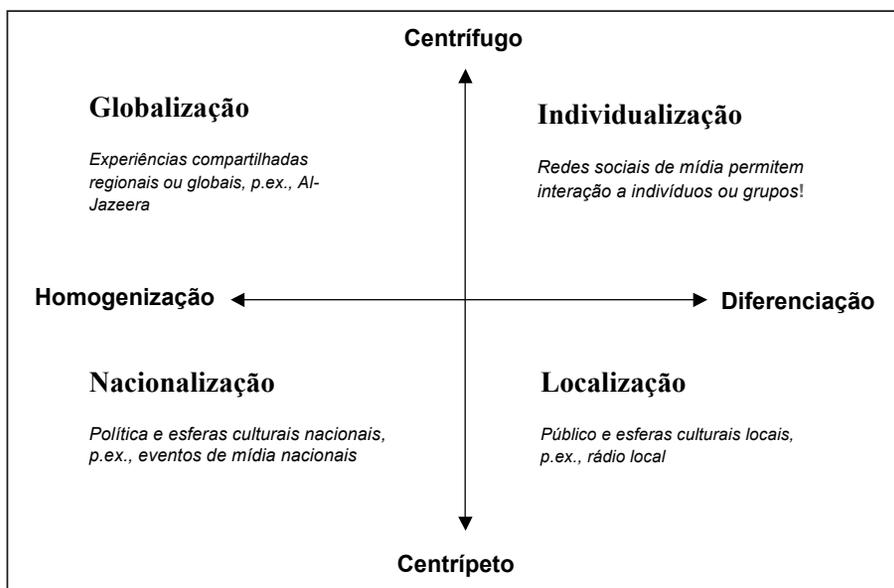
Vemos hoje uma intensificação das redes de pesquisa internacionais, compostas por pesquisadores de várias nacionalidades,<sup>7</sup> como resultado de injunções do processo de internacionalização que têm se aprofundado na pesquisa em comunicação, especialmente no Brasil. Espera-se que haja um aumento do conhecimento mútuo e da troca de experiências de um modo mais horizontal do que tivemos até agora.

Neste cenário está em curso a identificação de correntes de pesquisa, como no caso dos estudos europeus sobre a mediação e a midiaticização, como aqueles de Silverstone (2002); Peraya (2005); Couldry (2008); Livingstone (2009); Hjarvard (2012, 2013), entre outros.

Acreditamos que é relevante para ampliar o conceito de midiaticização o modo pelo qual Hjarvard (2012) apresenta uma teoria da mídia como agente da mudança cultural e social. Isto é o que mostra a Figura 5.

7. Estas redes estão sendo formadas no âmbito de acordos e programas de cooperação entre universidades brasileiras e estrangeiras, principalmente com a América Latina, Estados Unidos, Canadá, Portugal, Espanha e França.

FIGURA 5. CONCEITO DE MUDIATIZAÇÃO DE HJARVARD – 2012



A abordagem *institucional* ao processo de midiaticização aparece como um processo de *mão dupla* pelo qual os meios de comunicação têm se tornado uma *instituição* central na sociedade, de modo que as outras instituições têm que se adaptar a ela. Ao mesmo tempo, a mídia tem se *integrado ao mundo da vida* de outras instituições como a política, a família, o trabalho e a religião na

medida em que cada vez mais as atividades nestes domínios institucionais são realizadas através da mídia. Nós vemos correspondência deste argumento com as quatro zonas do esquema de transmediatização de Verón.

Como indicado pelo autor na Figura 5, a midiatização pode facilitar diferentes tendências sociais tanto no nível micro quanto no macro. Estas incluem a globalização, a individualização, a nacionalização e a localização. Quais tendências irão predominar depende do contexto específico, i.e., da instituição ou atividade social em questão. Ao final, os meios de comunicação facilitam e estruturam *espaços virtuais* para a comunicação e a ação. No entanto, assim como outros autores apontaram acima, consequências mais precisas de intervenção da mídia têm que ser exploradas empiricamente, por meio da análise da interação das instituições com a mídia em um contexto histórico e cultural.

Concluindo, podemos afirmar que o objetivo principal deste trabalho foi analisar como a perspectiva da mediação tem se imposto no campo da comunicação na América Latina. Com esta definição, devemos explorar e integrar os debates com as recentes tendências europeias sobre a mediação e a midiatização. Vivemos em uma cultura midiatizada que – esperamos ter demonstrado – pode ser melhor compreendida através da *mediação comunicativa da cultura*. É nesta concepção de mediação onde podemos enxergar proximidade com a noção de midiatização. ■

## REFERÊNCIAS

- Baccega, Maria Aparecida (org.). *Comunicação e Culturas do Consumo*. São Paulo: Atlas, 2008.
- Bachelard, Gaston. *O racionalismo aplicado*. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 1977.
- Bastos, Marco Toledo. Medium, media, mediação e midiatização: a perspectiva germânica. In: Janotti Jr., Jeder; Mattos, Maria Ângela; Jacks, Nilda (orgs). *Mediação e midiatização*. Salvador: Edufba; Brasília: Compós, p. 53-77, 2012.
- Bourdieu, Pierre. Le champ scientifique. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, vol. 2, n. 2-3, p. 88-104, 1976.
- Bourdieu, Pierre; Wacquant, Loïc. *An invitation to reflexive sociology*. Cambridge: Polity Press, 1992.
- Couldry, Nick. Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling. *New Media Society*, vol. 10, n. 3, p. 373-391, 2008. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/1461444808089414>
- Fuenzalida, Valerio. La influencia cultural de la televisión. *Dialogos de la comunicación*, n. 17. Lima: Felafacs, 1987.
- García Canclini, Néstor. *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidade*. México: Editorial Grijalbo, 1989.

- Gomes, Itania Maria Mota (org.). *Análise de Telejornalismo: desafios teórico-metodológicos*. Salvador: Editora da Universidade Federal da Bahia, 2012.
- González, Jorge. La telenovela en familia. *Estudios sobre las culturas Contemporaneas*. Vol. IV, nº 11. México: Un. Colima, p. 217-228, mar. 1991.
- Hjarvard, Stig. Mediatization: Theorising the Media as Agents of Social and Cultural Change/Mediatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. *MATRIZES*, vol. 5, n. 2, p. 53-91, 2012. DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v5i2p53-91>
- . *The mediatization of culture and society*. London: Routledge, 2013.
- Jacks, Nilda (coord.). *Análisis de recepción em América Latina: un recuento histórico con perspectivas al futuro*. Quito: Ciespal, 2011.
- Jensen, Klaus B.; Rosengreen, Karl. Five traditions in search of the audience. *European Journal of Communication*, n. 2, p. 207-238, 1990. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/0267323190005002005>
- Livingstone, Sonia. On the Mediation of Everything: ICA Presidential Address 2008. *Journal of Communication*, vol. 59, n. 1, p. 1-18, 2009. DOI: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.01401.x>
- Lopes, Maria Immacolata Vassallo de et al. *Vivendo com a telenovela*. Mediações, recepção, teleficcionalidade. São Paulo: Summus, 2002.
- Lopes, Maria Immacolata Vassallo de et al. Brazil: Fiction paths between old and new media. In: Lopes, Maria Immacolata Vassallo; Orozco Gómez, Guillermo (eds.). *Quality in television fiction and audiences' transmedia interactions*. 2011 OBITEL. São Paulo: Globo, 2011. Disponível em <<http://blogdoobitel.files.wordpress.com/2011/04/english.pdf>>. Acesso em: 25 de maio, 2013.
- Martín-Barbero, Jesús. *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Gustavo Gili, 1987.
- . Comunicación y cultura: unas relaciones complejas. *Telos*, n. 19, Madrid: Fundesco, 1989.
- Martín-Barbero, Jesús; Muñoz, Sonia (coords.). *Televisión y melodrama*. Géneros y lecturas de la telenovela en Colombia. Bogotá: Tercer Mundo, 1992.
- Martin-Barbero, Jesús. *Communication, Culture and Hegemony*. London: Sage, 1993.
- . Pistas para entre-ver meios e mediações. Prefácio à 2ª edição de *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Tradução de Maria Immacolata Vassallo de Lopes. Rio de Janeiro, Ed. UFRJ, p. 11-21, 2003.
- . *Ofício de cartógrafo*. São Paulo: Loyola, 2004.
- . An epistemological adventure. Interview by Lopes, Maria Immacolata Vassallo de. *MATRIZES*, vol. 2, n. 2, p. 143-162, 2009. DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v2i2p143-162>
- . *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Anthropos, 2010.

# D

## Mediação e recepção. Algumas conexões teóricas e metodológicas nos estudos latino-americanos de comunicação

- Orozco Gómez, Guillermo. Recepción televisiva. Tres aproximaciones y una razón para su estudio. *Cuadernos del PROIICOM*, nº 2, México: Universidad Iberoamericana, 1991.
- Peraya, Daniel. La formation à distance: un dispositif de formation et de communication médiatisés. Une approche des processus de médiatisation et de médiation, *TDR - Technologies Développement Recherche pour L'Éducation*, nº 0a, nov. 2005. Disponível em: <<http://www.revue-tice.info/document.php?id=520>>. Acesso em: 25 de maio, 2013.
- Ronsini, Veneza Mayora. *A crença no mérito e a desigualdade*. A recepção da telenovela do horário nobre. Porto Alegre: Sulina, 2012.
- Scolari, Carlos. *Hipermediaciones*. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona: Gedisa, 2008.
- Silverstone, Roger. *Por que estudar a mídia?* São Paulo: Loyola, 2002. [*Why study the media?* London: Sage, 1999]
- Vattimo, Gianni. *La società trasparente*. Milano: Garzanti Editore, 1989.
- Verón, Eliseo. Esquema para el análisis de la mediatización. *Diálogos de la Comunicación*, n. 48. Lima: Felafacs, p. 9-17, 1997.

---

Artigo recebido em 15 de julho de 2013 e aprovado em 22 de outubro de 2013.