

# Uma aproximação entre a pedagogia crítica da mídia e a teoria das mediações

Veneza Veloso M. Ronsini  
Vilso Junior Chierentin Santi

## *Introdução*

Diversas abordagens teórico-metodológicas foram desenvolvidas ao longo do tempo, na tentativa de compreender o fenômeno da comunicação. A mais comum delas, segundo Gomes (1997: 13), advém da relação com o próprio conceito etimológico da palavra, “a qual provém do latim *communis*, que significa tornar comum, estabelecer comunhão, participar de comunidade através do intercâmbio de comunicação”.

Porém, é somente na segunda metade do século XX que a comunicação pode ser considerada como o signo distintivo da sociedade moderna. A partir de então ela assume um papel fundamental e estratégico no mundo contemporâneo e se transforma num componente decisivo na construção do imaginário, da identidade cultural e dos sistemas de organização e valores dos grupos sociais.

Mas não é somente isso. Segundo García Canclini (1999: 53), também é novidade a partir desse período o papel assumido pelas modalidades audiovisuais massivas na organização da cultura, as quais “(...) foram subordinadas a critérios empresariais de lucro, assim como a um ordenamento global que desterritorializa seus conteúdos e suas formas de consumo”.

Dentro desse contexto, estudar de forma crítica a comunicação passou a ser premissa básica para uma melhor compreensão do fenômeno comunicacional, da sua dimensão e de suas implicações. Na busca de atender essa condição, Rüdiger (2001) afirma que três correntes de pensamento foram, são e/ou podem ser utilizadas - a Economia Política; os Estudos Culturais; e os Estudos Culturais Críticos. Não

obstante, é importante ressaltar que a teoria social crítica abriga escolas de pensamento como a de Frankfurt e também os Estudos Culturais Britânicos.

Os Estudos Culturais Britânicos surgem no final dos anos de 1950 vinculados ao CCCS (Centro de Estudos Culturais Contemporâneos) da Universidade de Birmingham na Inglaterra. Desde o nascimento eles foram pautados pela transdisciplinariedade e fortemente influenciados pelo estruturalismo e pela semiologia materialista. A escola da terra da rainha teve seus pressupostos firmados pelos pesquisadores Richard Hoggart, Raymond Williams, Edward Palmer Thompson e, posteriormente, Stuart Hall.

A mercantilização da cultura, bem como a aceleração da organização capitalista dentro do universo cultural, facilitada pela atuação progressiva dos meios de comunicação, estão entre os principais fatores que contribuíram para a formatação dos Estudos Culturais enquanto linha de pesquisa e de análise em seu nascedouro. Desde então, a corrente tem se caracterizado principalmente por vincular suas análises às realidades históricas locais, pela variedade de objetos que estuda e analisa e por sua interdisciplinaridade. “Aquele que realiza Estudos Culturais fala a partir de interseções”, ressalta García Canclini (1999: 27).

Para Johnson (1999: 19) “os Estudos Culturais podem ser definidos como uma tradição intelectual e política; ou em suas relações com as disciplinas acadêmicas; ou em termos de paradigmas teóricos; ou, ainda, por seus objetos característicos de estudo”. Sendo assim, pode-se afirmar que no centro de interesse dos Estudos Culturais estão as conexões entre a cultura, a história e a sociedade.

Em solo brasileiro três momentos marcam a trajetória histórica dos Estudos Culturais enquanto linha de pesquisa. O primeiro deles foi marcado pela tradução para o português da obra *Cultura e sociedade* de Raymond Williams em 1970 – uma época efervescente em que os pesquisadores brasileiros tentavam entender melhor e esmiuçar a sociologia norte-americana. No segundo, o lançamento do livro *Dos meios às mediações* de Jesús Martín-Barbero foi fundamental – o texto se transformou numa bíblia para muitos pesquisadores da área dos estudos de recepção. Também a difusão das idéias de outros autores como Néstor García Canclini foram marcantes no período. O terceiro e atual momento demonstra claramente um conhecimento nacional ainda parcial para com a corrente dos Estudos Culturais (Lopes et al., 2002; Cruz, 2006).

É notório, portanto, que os Estudos Culturais, enquanto linha de pesquisa teórico-metodológica, dependendo de seu contexto e dimensões, podem até mesmo ocasionar mudanças no próprio nível teórico do paradigma. Realidades complexas como a latino-americana e a brasileira – distinta da britânica onde os Estudos Culturais foram gestados – marcadas por conturbados processos de redemocratização e pelas lutas de movimentos sociais dos mais variados tipos, nas avaliações, podem conservar alguns aspectos da teoria mestra, por exemplo,

a multidisciplinaridade de investigação, mas também, modificar, aprimorar e/ou incluir outros elementos nela.

Nesse contexto, conjugando algumas abordagens estrangeiras e nacionais, pode-se encontrar, porém, algumas relevantes contribuições. O norte americano Douglas Kellner (2001), por exemplo, situa-se hoje entre os principais teóricos que compõem a perspectiva dos Estudos Culturais Críticos, a qual pretendemos aqui detalhar, principalmente no que se refere à pedagogia crítica da mídia e sua possível relação com a teoria das mediações e das múltiplas mediações.

### ***Da pedagogia crítica da mídia***

A partir do surgimento da indústria cultural, termo cunhado por Adorno e Horkheimer em oposição aos dúbios conceitos de cultura popular ou de massa, a cultura da mídia toma a dianteira das relações sociais, sendo hoje praticamente impossível estudar cultura sem relacioná-la aos meios e suas inúmeras formas de mediações. Nas investigações, então, torna-se fundamental privilegiar não só uma análise da produção e da economia política da cultura, mas também, estudar o texto propriamente dito, sua recepção e usos, baseando-se invariavelmente numa contextualização em nível sócio-histórico.

Ao articular diversas teorias – cultural marxista, frankfurtiana, estética, gramsciana, o estruturalismo althusseriano entre outras – Kellner afirma categoricamente que não existem justificativas para o estudo em separado da cultura e da mídia. Ele, conforme Leite (2005), acredita que em tal processo as produções advindas dos meios de comunicação são sempre englobadas, de uma forma ou de outra, pela cultura.

Segundo Cruz (2006: 54) Kellner em seus trabalhos,

(...) contempla os mais diversos textos provenientes da cultura da mídia. Tem por objetivo elucidar tendências dominantes e de resistência, vislumbrar perspectivas históricas e também analisar a forma como os meios de comunicação agem com vistas a influenciar a identidade dos indivíduos receptores.

O autor que, para Cruz (2006: 55), é adepto de um método “crítico – histórico – dialético” é enfático ao afirmar que a teoria social, devido a sua própria natureza, tem por dever estabelecer nexos entre partes isoladas da sociedade e mostrar, por exemplo, como “a economia se insere nos processos da cultura da mídia e como ela acaba por estruturar até mesmo o tipo de texto que é produzido na indústria cultural” (Kellner, 2001: 38). A construção dessa ponte entre realidades distintas e/ou partes isoladas somente é possível, conforme Kellner (2001), através de pressupostos capazes de relacionar todas as partes de um sistema entre si e também cada uma delas com o todo. Isso só é permitido através de uma perspectiva dialética e crítica de análise.

Cruz (2006) esclarece que essa prática de estabelecer ligações entre as partes envolvidas no campo social, bem como a verificação dessas relações, recebe o nome de “articulação”. Articulação, por sua vez, significa a mediação de perspectivas diversas, em análises concretas ou no desenvolvimento de posições teóricas.

Esse conceito traduz, portanto, um ponto importante, ligado ao estudo do processo de organização e produção do discurso dos meios de comunicação num determinado contexto. Consequentemente permite visualizar as formas pelas quais as pessoas produzem cultura e, por outro lado, mostra como esta cultura pode ser decodificada pelos indivíduos (Cruz, 2006: 55).

No entanto, conforme Kellner (2001: 125), para essa visualização se faz necessário adotar, “normas e valores que possibilitam fazer um estudo crítico dos textos, produções e condições que promovam opressão e dominação”. Ressalta-se, porém, que essas normas e valores não funcionam ou não deveriam funcionar como categorias estanques e/ou embotadas. Severas restrições às possibilidades de análise poderiam daí derivar, comprometendo qualitativamente os resultados alcançados com as investigações.

Sob essa realidade, uma nova forma de ver e criticar a mídia é proposta por Kellner (2001) – “a pedagogia crítica da mídia.” Nela são promovidas a resistência à manipulação, e também, à tonificação do receptor em relação à cultura midiática dominante.

Isso significa dizer que os indivíduos (receptores) estabeleceriam significados e usos próprios através de sua bagagem cultural, tendo, assim, plenas condições de discernir o conteúdo proveniente dos meios de comunicação, produzindo, conseqüentemente novas formas de cultura” (Cruz, 2006: 69).

De maneira complementar, pode-se dizer que um mesmo objeto, dentro de cada grupo em particular, pode se transformar em seu “uso social e mudar sua significação”. Criar seus próprios significados e interpretações. Até mesmo “dizer não” passa a ser próprio ou possível no processo de recepção da cultura eletronicamente mediada (García Canclini, 1999; Leite, 2005).

A referida contextualização deve também considerar que os meios de comunicação reproduzem ações sociais sendo palcos, inúmeras vezes, para o embate das forças e grupos de interesse que compõem e integram a sociedade. As análises, a partir de então, conforme Kellner (2001: 10) devem passar a explorar:

(...) algumas das maneiras como a cultura contemporânea da mídia cria formas de dominação ideológica que ajudam a reiterar as relações vigentes de poder, ao mesmo tempo em que fornece instrumental para a construção de identidades e fortalecimento, resistência e luta. Afirmamos que a cultura da mídia é um terreno de disputa no qual grupos sociais importantes e ideologias políticas rivais lutam pelo domínio, e que os indivíduos vivenciam essas lutas através de imagens, discursos, mitos, e espetáculos veiculados pela mídia.

Desse modo, pode-se dizer que a mais conveniente forma de leitura sobre os meios de comunicação, dentro dos Estudos Culturais Críticos, deve sempre considerar o viés político da ação comunicacional. Essa leitura política, por sua vez, deve significar:

(...) não só ler a cultura no seu contexto sócio-político e econômico, mas também ver de que modo os componentes internos de seus textos codificam relações de poder e dominação, servindo para promover o interesse dos grupos dominantes à custa de outros, para oporem-se às ideologias, instituições e práticas hegemônicas, ou para conter uma mistura contraditória de forma que promovem dominação e resistência (Kellner, 2001: 76).

Detectar tendências, sonhos, medos e anseios incitados pela política cultural da mídia, investigando os porões dessa cultura, através da análise de suas mensagens, valores e ideologias é o objetivo daquilo que Kellner (2001) qualificou como diagnóstico crítico – etapa indispensável dentro da nova forma de ver e criticar a mídia por ele proposta.

O diagnóstico crítico se refere e se relaciona ao mapeamento das forças sociais em conflito, através dos Estudos Culturais, para análise dos pólos dominantes e de resistência presentes nos discursos da cultura dos meios de comunicação. Assim sendo, a crítica ideológica é inerente a esse tipo de investigação. Investigação esta que pode ser rotulada como multicultural crítica por pressupor uma interpretação da cultura e da sociedade, confrontando-as com as relações de poder e com as forças hegemônicas ou de resistência que atuam no palco social (Cruz, 2006).

Segundo Rüdiger (2001: 63), a cultura veiculada através da mídia “transcodifica esteticamente as experiências e práticas sociais e, só assim, é que obtém ressonância na sociedade. A crítica cultural precisa analisar a mídia em relação às forças de dominação e as forças contra hegemônicas de resistência,” diz ele. Nesse sentido, o autor (2002: 216) ainda complementa afirmando que isso implica em refletir historicamente sobre a cultura de mercado, no contexto global da sociedade, tendo como premissa o fato de que “(...) essa cultura produz e reproduz em termos econômicos, técnicos e espirituais as categorias e contradições sociais dominantes”.

Para Cruz (2006: 56),

(...) somente assim, através de um minucioso exercício de reconstrução histórica dos fatores em jogo, incluindo aqui as mais variadas forças sociais, será possível refletir, interpretar e explicar criticamente as questões relativas à cultura e, em especial, à cultura da mídia, seu desenvolvimento e relações com o todo social.

Portanto, “investigar a cultura da mídia com um olhar político implica, também, em detectar de que maneira suas produções restabelecem os conflitos sociais através de imagens e discursos” (Cruz, 2006: 71).

É conforme esta ótica que se pode notar nos meios de comunicação em geral, os quais atuam na maioria das vezes como aliados dos poderes estabelecidos, a predominância da ideologia do branco, masculino, ocidental de classe média ou superior. Nesse sentido, a mídia torna-se o aparelho responsável pela promoção de uma separação nítida entre dominantes/dominados e superiores/inferiores, produzindo hierarquias e classificações que servem aos interesses das forças e das elites do poder (Orozco Gómez, 1996; Kellner, 2001).

Por modelar “psicologias simuladas,” o sistema de mídia passa a ter íntima relação com os novos padrões de identidade, ora compostos. Estes, “deixam de corresponder a indicações individualizadas para se entossarem com aspirações de amplísimas faixas de consumidores”, pois são fruto da emergência de ilusões quanto ao preenchimento de anseios (Moraes, 1998: 19).

Nessa linha, Cruz (2006) adverte que em tempos de globalização o sistema de mídia respira sob a égide do consumo. E, sob esta égide propaga inúmeras formas de “violência midiática”, levando a um pensar fragmentado e volátil, que objetiva manter o *status* vigente e que se encontra em perfeita sintonia com os ditames da indústria cultural.

Para ele, se vivencia na atualidade o triunfo do descartável, patrocinado pela expansão progressiva de uma forma particular de cultura – a cultura do efêmero. Esta propagandeada principalmente pelos meios eletrônicos de se comunicar, na maioria das vezes veicula informações superficiais e carentes de substância, o que desestimula o raciocínio e a elaboração e consagra um pensar fragmentado, pobre e conforme.

Através da mídia, vislumbra-se uma realidade na qual o discurso noticioso é substituído por um tipo de discurso publicitário, homogeneizador de identidades, estereotipado e mercadológico, ahistórico e sem aprofundamento. Portanto, desprovido de reflexão – onde os meios ficam impossibilitados de justificar os fins. Ocorre, portanto, a primazia do “o que” sobre o “como” e o “por que” o que se traduz em discurso carente e, muitas vezes, unilateral, que não ouve todos os lados envolvidos em determinada questão (Cruz, 2006: 62).

Com isso, complementa Cruz (2006: 62), “a qualidade da informação é, muitas vezes, inversamente proporcional ao índice de audiência; e o racional superado, com certa frequência, pelo espetáculo, pelo conflito, pelo medo e pela fantasia”. Esses, portanto, são alguns dos aspectos que acabam, juntos, por constituir e/ou compor o que se denominou como cultura mercantil mediada.

Porém, dentro da nova e volátil cultura, na cultura eletronicamente mediada, mesmo que um fato seja divulgado de acordo com determinado enfoque, seguindo

interesses particulares e para reforço da ideologia das classes dominantes através do poder simbólico, ele pode vir a promover, por mais paradoxal que possa parecer, a aparição de movimentos de resistência à ordem vigente.

Nessa realidade, diversos grupos sociais podem procurar utilizar esse padrão cultural a fim de divulgar suas ideologias à sociedade, já que, a grande maioria dos embates hoje é perpassada pelo braço mais poderoso da cultura na atualidade – a mídia.

Constata-se, assim, conforme Cruz (2006: 64),

(...) que os meios de comunicação se constituem em verdadeiros campos de interação ao promoverem uma verdadeira guerra entre dominantes e oprimidos, esses chamados forças populares contestatórias. Na cultura da mídia, inserem-se as lutas e práticas entre lados hegemônicos e contra-hegemônicos. Entretanto, ainda prevalece, na maioria das vezes, o pensamento das camadas ditas superiores.

Convém salientar, portanto, que é através da perspectiva que considera o mercado como local de interações socioculturais complexas e o consumo como um lugar de valor cognitivo, potencial gerador de identidade, que as fraturas, a heterogeneidade e a segmentação das nações e dos próprios grupos sociais, em pleno processo de globalização, podem realmente ser compreendidas.

De acordo com García Canclini (1999: 166) essas fraturas e/ou fragmentações se justificam pelo fato de que “a maioria das situações de interculturalidade se configuram, hoje, não só através da diferença entre as culturas desenvolvidas separadamente, mas também pelas maneiras desiguais com que os grupos se apropriam de elementos de várias sociedades.” Para ele, são esses diferentes graus de apropriação, de combinação e de transformação destes elementos que desencadeiam o chamado processo de hibridização.

É dentro dessa híbrida realidade que Kellner (2001: 10-12) propõe a chamada pedagogia crítica da mídia. Segundo ele, “aprendendo a como ler e criticar a mídia, avaliando seus efeitos e resistindo à sua manipulação, os indivíduos poderão fortalecer-se em relação à mídia e à cultura dominantes”, criando, assim, “seus próprios significados e usos e fortalecendo-se com a matéria-prima extraída de sua própria cultura”. Ou seja, terão dessa forma plenas condições de discernir o conteúdo midiático, produzindo novas formas de cultura.

Conforme o autor (2001: 124), uma perspectiva multicultural crítica, a qual ele mesmo pretende desenvolver, pressupõe uma interpretação da cultura e da sociedade que leve em conta as relações entre “poder, dominação e resistência”, articulando as várias formas de opressão em dada sociedade por meio de perspectivas multiculturais. Segundo ele, é desse modo que, torna-se possível abordar criticamente os textos culturais e detectar os posicionamentos relacionados à classe, sexo, etnia e/ou qualquer outra categoria tomada como referencial para as análises.

Tentando mapear a forma mais adequada de investigar a cultura produzida pela mídia, como visto anteriormente, Kellner (2001) aponta algumas possíveis soluções e afirma ser fundamental a contextualização sócio-histórica dos fenômenos envolvidos. Essa deve se dar sempre de acordo com um estudo cultural crítico, interdisciplinar e multiperspectívico; e ser encarada como uma reconstrução de paradigmas que possibilite a interpretação, a crítica e até a desconstrução da produção cultural vigente.

Desse modo, para Kellner (2001: 130),

Um texto é constituído por suas relações internas e pelas relações que mantém com sua situação social e histórica, e quanto mais relações estiverem expressas numa leitura crítica, melhor poderá ser a compreensão do texto. O método multiperspectívico deve necessariamente ser histórico e ler seus textos em termos de contexto social e histórico e pode também optar por ler a história à luz do texto.

É importante salientar que os textos produzidos e divulgados pelos meios de comunicação não devem ser encarados apenas como divulgadores de uma ideologia dominante, tampouco, como puros promotores de entretenimento inofensivo. A complexidade dessas produções textuais tem de ser considerada, já que envolvem inúmeros discursos sociais e políticos, cuja análise e interpretação exigem métodos de leitura que sejam críticos e capazes de perceber suas articulações, tanto com a economia política, quanto com as relações sociais e com próprio meio político onde são criados, veiculados e recebidos (Kellner, 2001).

Sob esse foco, salienta Cruz (2006: 73),

(...) a abordagem multiperspectívica, trazida por Kellner, é dialética e não redutiva, pois trabalha articulando diversos campos: do social ao econômico, passando pelo político e o cultural, etc. Conclui-se, portanto, que o autor vê, na sociedade, um lugar de inúmeras perspectivas e pontos de vista.

Desse modo, quanto mais elementos puderem ser utilizados numa pesquisa, desde que pertinentes ao estudo, é provável que melhor sejam entendidas a totalidade do espectro de dimensões e as ramificações ideológicas dos textos. Serão sempre as mediações e as orientações teóricas e políticas das análises quem poderão determinar as perspectivas mais adequadas e relevantes (Cruz, 2006; Kellner, 2001).

Deve ficar claro, no entanto, que o método proposto por Kellner, não significa, ou não deve significar, um rompimento total com as teorias modernas e pós-modernas de estudo em comunicação. A própria teoria gramsciana da hegemonia é utilizada pelo autor para definir a cultura da mídia, não como um instrumento de dominação, mas como um lugar de lutas que reproduz em nível cultural os conflitos sociais.

(...) sob este prisma a crítica cultural deve esclarecer: quais as disputas que estão em andamento; entre quais grupos essas disputas estão se dando; e também, quais posições elas ocupam. Isso pressupõe uma intervenção direta do analista cultural no objeto de estudo a fim de explicar o que é visto como lado mais progressista da questão (Kellner, 2001: 133).

Nesse caso, uma leitura contextual da cultura da mídia, ao invés de simplesmente enxergar os fatos e/ou eventos reportados sob o prisma da dominação ideológica, deve tentar vê-los também como uma forma de reação contra a resistência em nome da preservação de uma certa ordem dita hegemônica (Cruz, 2006).

É dentro disso que Kellner (2001) aponta três categorias distintas que podem ser utilizadas nas análises da cultura da mídia. Embora elas não possuam limites muito bem definidos podem ser classificadas como: o horizonte social, o campo discursivo e a ação figural. Conforme Cruz (2006: 79),

O horizonte social diz respeito às múltiplas relações, às práticas e experiências que se desenvolvem dentro do campo social, e que acabam, desta forma, por contextualizar o local, a época e o cenário de lutas políticas, econômicas, culturais etc., em que é feita a produção da cultura por intermédio dos meios de comunicação. O campo discursivo contempla as mediações, onde estão presentes todos os elementos – hegemônicos e contra-hegemônicos, superiores e inferiores – envolvidos nos discursos dos meios de comunicação. É justamente nessa categoria que os gêneros midiáticos, tais como o jornalismo, por exemplo, fazem-se presente. Já a ação figural implica mostrar os desdobramentos sociais de acordo com o contexto do público, expondo assim, os reflexos da cultura da mídia na sociedade.

“Outra categoria importante é o impacto cumulativo” (Cruz, 2006: 79). Essa se refere à constante promoção de discursos e imagens, de acordo com interesses particulares, com o objetivo de afetar a concepção das pessoas sobre determinada estrutura – empresa, partido político, movimento social, pessoa, etc. Nele, a estratégia utilizada é a ressonância de imagens que pode, via agendamento pelos meios de comunicação, resultar em posicionamentos estereotipados e/ou mecânicos por parte da sociedade.

### ***Da teoria das mediações e múltiplas mediações***

A introdução dos Estudos Culturais Críticos como paradigmas norteadores das análises em comunicação, num primeiro momento, conforme afirma Martín-Barbero (2003: 280), gerou certa instabilidade. “Foi necessário perdermos o objeto

para que encontrássemos o caminho do movimento social na comunicação, a comunicação em processo”. Desse modo, como salienta o autor, é importante que o eixo do debate se desloque “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”.

Para Martín-Barbero (2003: 274) “o campo daquilo que denominamos mediações é constituído pelos dispositivos através dos quais a hegemonia transforma por dentro o sentido do trabalho e da vida em comunidade”. Assim sendo, complementa Cruz (2006: 65), “além dos meios, existem as mediações, além das mediações tem-se a cultura”.

Levando em conta essa realidade, bem como as propostas de Kellner (2001) para o estudo da mídia – sempre em determinada circunstância histórica; em determinado contexto de produção e distribuição da cultura através de um meio técnico ou canal; e, onde é feita a análise do próprio texto vinculando-o ao processo de recepção pelo público, que também ocupa um certo lugar de enunciação – é importante atentar para alguns aspectos críticos e políticos da questão.

Isso, segundo Cruz (2006: 66), implica em considerar dentro de uma contextualização sócio-histórica, diversos momentos de construção de cultura e também,

(...) investigar de que forma a mídia produz a informação, o que pressupõe articulações de cunho interno e externo, regras, aspectos técnicos e visões de mundo. Respeitando determinadas regras, portanto, é que um texto será constituído dentro de um gênero como o jornalístico (...) Assim, esse produto chegará depois ao âmbito da recepção, e terá, por conseguinte, os mais diversos desdobramentos (usos), levando em conta também um contexto particular.

Essa perspectiva dos estudos de recepção só vai se tornar real a partir de 1973, através das contribuições de autores como Stuart Hall, David Morley, Janice Radway e Ien Ang. Esses rompem definitivamente com a noção de consumo passivo de bens simbólicos, mostram leituras coincidentes entre diferentes tipos de receptores, apresentam alguns marcos contextuais dessas leituras, e, deleitam-se com a produção e com a constatação da figura do receptor ativo. Depois disso, essa proposta se consolida internacionalmente e experimenta uma nova fase marcada pelo estudo das articulações entre texto, receptor e contexto (Cruz, 2006; Mascarello, 2001; 2004).

Nesse ponto, conforme Rüdiger (2001: 46),

Os culturalistas chegaram à conclusão de que a mídia é formadora de um processo que deve ser entendido a partir da recepção. A procura de um ponto de equilíbrio entre o estudo da mensagem e a análise da recepção foi abandonada. As mensagens, se passou a admitir, só adquirem sentido na subjetividade dos

diversos grupos sociais e, portanto, para decidir seu impacto é preciso recorrer a uma etnografia das audiências.

Martín-Barbero (1995: 55) reforça esse argumento ao afirmar:

Eu não poderia compreender o que faz o receptor, sem levar em conta a economia de produção, a maneira como a produção se organiza e se programa, como e por que pesquisar as expectativas do receptor (...) eu não tenho nenhuma receita, mas ao menos sei o que não quero. Eu não gostaria que o estudo de recepção viesse a nos afastar dos problemas nucleares que ligam recepção com as estruturas e as condições de produção.

Nas análises dos processos de produção e recepção é importante atentar para as relações de poder envolvidas, sejam elas em nível micro – mais restritas, ligadas aos próprios ambientes de produção e recepção; ou em nível macro – referentes à estruturação geral da sociedade; sempre dentro de um contexto histórico (Lopes et al., 2002).

No que tange à recepção, em especial ao contexto de fala dos receptores, assume grande importância a verificação das condições em que a produção de sentido está sendo constituída (Martín-Barbero, 1997). Essas “posições de enunciação” (Hall, 1999: 68) delineadas são sempre individuais e se baseiam em um contexto particular, e ao mesmo tempo público, ou seja, referem-se à identidade cultural de cada um, a qual consiste em um processo histórico de construção que interage todo o tempo com o campo social (Cruz, 2006).

Esse complexo contexto que engloba as condições de produção de sentido, segundo reforça Cruz (2006), consiste nas mediações. Essas, por sua vez, estão ligadas às diferentes formas de apropriação dos públicos, produtores e receptores, em relação às mensagens e à construção de sentido a elas vinculada.

Portanto o deslocamento dos meios para os atores sociais, dentro de cenários específicos estabelecidos, constitui a complexa questão das mediações. Resumindo, estudar a cultura da mídia também implica em realizar uma investigação que desloque a ênfase dos meios para as mediações, promovendo uma integração entre produção, texto e recepção (Cruz, 2006: 69).

Dessa forma, partindo da concepção das mediações, consegue-se transpor os estudos da comunicação para outro patamar. Eles são transferidos do espaço restrito dos meios para o amplo espaço da cultura e mostram que as mediações têm uma relação direta com o processo de comunicação, uma vez que esse não se estabelece de maneira linear e simétrica. A partir de então, admite-se a existência de uma relação entre diferentes públicos mediatizada pelos contextos em que o processo de comunicação se estabelece.

Esse deslocamento se dá devido à inegável aproximação dos debates em torno da relação cultura e comunicação. Dentro desse recém descoberto universo, as mediações passam a ser compreendidas fundamentalmente como um conjunto de fatores estruturantes, que organizam e reorganizam a percepção e a apropriação da realidade, por parte do agora e mais do que nunca ativo receptor.

Então, se as mediações denotam um ponto que articula produção e recepção, logo, a cultura se situa também num contexto sócio-histórico que é englobado pelas mediações. Assim sendo, reitera-se que além dos meios está a cultura e além da cultura tem-se as mediações. Portanto, “pensar a cultura da mídia tal qual desenvolve Kellner, requer pensar as mediações como faz Martín-Barbero” sustenta Cruz (2006: 69).

Desse modo, pode-se afirmar que, deslocar o ponto central de análise dos meios de comunicação para a cultura, ou mais precisamente para as mediações, significa enxergar o receptor não apenas como decodificador, mas também, como agente produtor de sentido.

De forma complementar, Martín-Barbero (1997: 292), em sua teoria, atenta para o que ele classificou como os três principais lugares de mediação: a “cotidianidade familiar” – tida como lugar permanente de reconhecimento, via televisão, dos indivíduos especialmente na América Latina e no Brasil; a “temporalidade social” – que trata da ligação entre os tempos de produção e as rotinas de recepção, denotando momentos diferentes entre uma ação e outra; e a “competência cultural” – que se relaciona à bagagem de cultura que os componentes da esfera receptiva carregam e que concorre para um modo específico de ver, ler, interpretar e usar os produtos da mídia.

Mediações, portanto, podem aqui ser entendidas como as posições a partir das quais se produzem as concepções e os significados relacionados à mídia. “Mediações são os lugares dos quais provêm às construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural da televisão” (Martín-Barbero, 1997: 292).

Nesse caso, o receptor em seu cotidiano e durante o movimento de sociabilidade, é capaz de estabelecer certo ritual, interagindo com os meios de comunicação e produzindo códigos culturais, seja através da “reprodução” – onde aceita tudo o que recebe, configurando-se como uma espécie de cúmplice do pensar hegemônico; da “negociação” – quando assimila apenas algumas partes daquilo que é exposto, descartando outras; ou da “resistência” – onde há construção de uma contraproposta informativa, gestada pela negação do sentido original veiculado pela mídia. A negociação, contudo, é possivelmente a possibilidade reinante quando o assunto é recepção de mensagens midiáticas (Martín-Barbero, 1997; Orozco Gómez, 1996).

É notório e inegável, portanto, que a posição de enunciação ocupada por cada pessoa durante o processo de recepção, bem como os fatores componentes do cenário

receptivo, acabam por deslocar salutarmente as análises dos meios para as mediações e também por demarcar em definitivo uma forma particular e individual de observar, interpretar e produzir sentido. Nesse novo jeito de ver e ler os produtos da mídia, passa a existir não apenas a reprodução, mas também a produção. “(...) uma produção que questiona a centralidade atribuída ao texto-rei e a mensagem entendida como lugar de verdade que circularia na comunicação” (Martín-Barbero, 1997: 291).

Desse modo, considerando-se o contexto da recepção, segundo Kaplún (1996: 206) se pode afirmar que:

(...) o consumo de bens simbólicos não se produz no vazio. Os receptores são sujeitos situados social e culturalmente, inscritos em um contexto que não determina, mas mediatiza e condiciona – em uma medida que a investigação empírica está chamada a estabelecer – suas maneiras de fazer recepção.

Assim, através de sua identidade, sempre construída e jamais acabada, o receptor irá produzir seus significados – individuais e particulares. “A total apropriação, a negociação ou até mesmo a resistência plena às mensagens midiáticas são decorrentes diretamente das diferentes mediações anteriormente citadas” (Cruz, 2006: 87).

Essas mediações, conforme Orozco Gómez (1991; 2000), caracterizam-se essencialmente em três práticas: a “sociabilidade” – ligada às práticas cotidianas de interação, as formas de negociação e de contato com os outros; a “ritualidade” – vinculada às rotinas e à repetição sistemática de certas práticas; e a “tecnicidade” – que remete à singularidade de cada meio quanto ao seu suporte técnico. Em síntese, a cultura se manifesta através da tecnicidade, sociabilidade e a ritualidade.

Assim sendo, mais um passo se faz necessário dentro dos estudos de recepção através da teoria das mediações culturais. Esse novo passo diz respeito ao abarcamento do nível empírico nas análises. Tal fato é patrocinado por Orozco Gómez (1991), o qual desenvolveu o modelo das Múltiplas Mediações concebendo o processo de recepção como sendo um modelo nem linear e nem unívoco, que se dá em várias direções e sofre a intervenção e o condicionamento de uma série de situações, dentre elas, do contexto cultural, político, histórico, etc.

Como já se viu, para Orozco Gómez (1991), é tarefa das Múltiplas Mediações explorar a ritualidade, a tecnicidade e a sociabilidade no universo empírico. O autor (2000), no modelo que desenvolveu, aponta uma série de fontes de mediações que hipoteticamente são fundamentais para a compreensão do processo de recepção. Ele classifica essas fontes dentro de cinco categorias de mediações: individuais, institucionais, de referência, situacionais e massmidiáticas.

Conforme Orozco Gómez (2000), as mediações individuais dizem respeito àquelas que provêm da própria individualidade dos sujeitos enquanto seres que produzem significados comunicativos. Nela existem determinados esquemas

mentais ou repertórios que são os responsáveis diretos pela produção de sentido dado a uma nova informação. As mediações institucionais, por sua vez, manifestam-se através do pertencimento do indivíduo a determinadas instituições como a família, a igreja, a escola, o trabalho, etc. Já as mediações de referência estão vinculadas a todas as características que estão inseridas e postas à prova num determinado contexto ou ambiente, dentre elas idade, sexo, ocupação, etc. As situacionais, mesmo vinculadas ao papel social do indivíduo no seu contexto, estão intimamente relacionadas a situações eventuais em que a recepção se processa, ou seja, em como o receptor se encontra na hora da recepção. E as mediações massmidiáticas são aquelas que emanam do próprio meio da mídia englobando, inclusive, a intencionalidade do emissor.

Na questão metodológica do modelo das Múltiplas Mediações, Orozco Gómez (2000) atenta para a necessidade de se eleger um método de trabalho não ortodoxo, que faça uso combinado de formas tanto qualitativas quanto quantitativas nas análises. Para ele é fundamental a combinação de diferentes metodologias dentro de uma perspectiva histórica que permita sempre contextualizar a explicação dos fenômenos comunicacionais.

Dessa forma, a metodologia das Múltiplas Mediações se torna um paradigma aberto, em construção, que está em vias de se consolidar e que não se limita apenas a processos diretamente ligados às mídias.

Assim sendo, é importante frisar que, dentro das pesquisas de recepção, as mediações culturais se constituem apenas num modelo ou numa perspectiva de compreensão da relação entre cultura e meios de comunicação. Elas não são vias pavimentadas, fixas e prontas disponíveis à explicação de um determinado fenômeno. Trata-se de um caminho novo, dinâmico e em construção, no qual o próprio objeto de estudo é quem revela quais as mediações que estão interferindo no processo e que irão compor o trajeto. Dentro disso, a recepção deve ser entendida como um processo que pressupõe um contrato de comunicação. Esse contrato pode ser celebrado estando o sistema de mídia presente ou não.

### ***Da multiperspectiva proposta metodológica***

Como afirmado anteriormente, “pensar a cultura da mídia tal qual desenvolve Kellner, requer pensar as mediações como faz Martín-Barbero” (Cruz, 2006: 61). Partindo-se dessa premissa, convém ressaltar que os postulados de Martín-Barbero (1997) – quanto aos estudos das mediações, e de Kellner (2001) – nas questões referentes ao texto e contexto – junto com as considerações de Orozco Gómez (2000) acerca das Múltiplas Mediações e da perspectiva qualitativa de análise crítica, podem ser agrupadas complementarmente e utilizadas para explicar os fenômenos tanto da comunicação quanto da cultura.

Segundo Orozco Gómez (2000: 83), a investigação qualitativa “é um processo de indagação de um objeto ao qual o investigador alcança através de interpretações sucessivas com a ajuda de instrumentos e técnicas, que lhe permitem envolver-se com o objeto para interpretá-lo da forma mais integral possível”.

Esse caminho já foi experimentado, por exemplo, pelo pioneiro trabalho de Cruz (2006), no qual o autor procurou arranjar de forma sistemática as principais abordagens acerca das relações estabelecidas entre a cultura propagada pela mídia e a produção de sentido realizada por integrantes de um movimento social – o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST). O referido estudo buscou contemplar tanto a produção textual quanto a recepção, através da relação entre os membros do MST x RBS TV, via seu principal telejornal, o Jornal do Almoço. Nele, o autor procurou averiguar qual a produção de sentido dos integrantes do MST, frente às informações construídas e veiculadas pelo referido programa a respeito do próprio Movimento.

Em seu trabalho, Cruz (2006) perseguiu como meta geral realizar uma investigação televisiva embasada em uma abordagem qualitativa, porém, essa é apenas uma das inúmeras possibilidades de nortear os debates. Diversos outros arranjos teórico-metodológicos são possíveis e até necessários para o esclarecimento conveniente das questões envolvidas. Assim sendo, o propósito aqui foi tomar um distanciamento crítico apresentando primeiro o arranjo, depois possíveis limitações e contradições, além de novas perspectivas, em relação ao sistema de estudo proposto.

No que se refere aos estudos de audiência, os teóricos dos Estudos Culturais Britânicos são reconhecidamente pioneiros. Os principais deles, inclusive, já foram aqui apresentados junto com suas obras e contribuições. Para eles, os estudos de recepção podem ser definidos como referentes:

(...) àquelas pesquisas onde a temática da recepção se vincula, mas não se resume à relação com os media. De um modo geral, trata-se de uma abordagem onde estão envolvidas distintas mediações sociais e culturais que associam a recepção com a vida social, assim os media têm distintas significações para distintas culturas e, em parte, a cultura das audiências tem peso no trabalho de apropriação dos media. Nessa perspectiva, a compreensão da relação que se estabelece com os media se dá a partir das distintas posições ocupadas na estrutura social, apoiando-se com diferentes ênfases na posição de classe social, de gênero, de raça, de idade, de contexto (rural/urbano), de diferentes identidades nacionais, regionais e étnicas, entre outras (Escosteguy, 2003: 43).

Já Kellner, um dos expoentes dessa corrente nos Estados Unidos, procura sempre trabalhar dentro da linha dos Estudos Culturais Críticos, através de uma leitura política e multispectiva sobre as mais variadas formas de produção oriundas

dos meios de comunicação. Nesse sentido, ele leva muito em conta as articulações entre os textos da mídia e os seus contextos.

Para Cruz (2006: 78), “percebe-se então, a importância dispensada à mediação e à contextualização dos fatos em uma atividade de investigação, o que facilita o entendimento de seus desdobramentos, pois tenta descobrir os ‘comos’ e os ‘porquês’ e não somente o ‘o que’ – senso comum”.

Desse modo, nos estudos em comunicação, a ciência social crítica deve ser entendida como mais do que uma teoria que investiga o papel dominador dos meios de comunicação sobre os receptores incautos e passivos. Ela se materializa como um verdadeiro paradigma ou matriz curricular das ciências sociais e traduz um conjunto de premissas e práticas associadas ao exercício de certo tipo de pesquisas dos fenômenos humanos que serve de fundamento para os múltiplos elementos envolvidos num processo de investigação (Rüdiger, 2001; Cruz, 2006).

Veneza Vêloso M. Ronsini  
Professora da UFSM

Vilso Junior Chierentin Santi  
Mestrando em Comunicação Social pela UFSM  
vjrsanti@yahoo.com.br

### **Referências bibliográficas**

- CRUZ, Fábio Souza da. *A cultura da mídia no Rio Grande do Sul: o caso MST e Jornal do Almoço*. Porto Alegre: Tese PUCRS, 2006.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina Damboriarena. *Cartografias dos Estudos Culturais – Uma versão latino-americana*. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.
- \_\_\_\_\_. Os Estudos Culturais e a constituição de sua identidade. In: GUARESCHI, Neusa Maria de Fátima e BRUSCHI, Michel Euclides (orgs.). *Psicologia social nos Estudos Culturais*. Petrópolis: Vozes, 2003. p.51-74.
- FAUSTO NETO, Antônio. Participação comunitária no Brasil: equívocos e desvios comunicacionais. In: MELO, José Marques de (org.). *Comunicação na América Latina*. Campinas: Papirus, 1989.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. *Consumidores e cidadãos - conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999.
- GOMES, Pedro Gilberto. *Comunicação social - Filosofia, ética e política*. São Leopoldo: Unisinos: 1997.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.
- JOHNSON, Richard. O que é, afinal, Estudos Culturais? In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). *O que é, afinal, Estudos Culturais?* Belo Horizonte: Autêntica, 1999.
- KAPLÚN, Mario. Ni impuesta ni animada: la recepción televisiva y sus tierras incógnitas. In: OROZCO GÓMEZ, Guillermo (org.). *Miradas latinoamericanas a la televisión*. Ciudad de México: Iberoamericana, 1996.

- KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia*. São Paulo: Edusc, 2001.
- LEITE, Sidney Ferreira. Estudos Culturais: o ponto da inércia e da resistência - Douglas Kellner e a leitura crítica do legado de Jean Baudrillard. In: *Ecos Revista*. Pelotas: v.9, n 1, jan/jun 2005, p.107-132.
- LOPES, Maria Immacolata Vassalo de; BORELLI, Silvia Helena Simões; RESENDE, Vera da Rocha. *Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade*. São Paulo: Summus, 2002.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUZA, Mauro Wilton de (org.). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995.
- \_\_\_\_\_. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.
- \_\_\_\_\_. Globalização comunicacional e transformação cultural. In: MORAES, Denis (org.). *Por uma outra comunicação - mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- MASCARELLO, Fernando. Notas para uma teoria do espectador nômade. In: RAMOS, Roberto (org.). *Mídia, textos & contextos*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001. p.147-178.
- \_\_\_\_\_. *Os Estudos Culturais e a espectralidade cinematográfica: uma abordagem relativista*. São Paulo: ECA/USP, 2004.
- MORAES, Denis de. *Planeta mídia: tendências da comunicação na era global*. Campo Grande: Letra Livre, 1998.
- OROZCO GÓMEZ, Guillermo. *Recepción televisiva - tres aproximaciones y una razón para su estudio*. Ciudad de México: Universidad Iberoamericana, 1991. (Cuadernos de Comunicación y Practicas Sociales n. 2).
- \_\_\_\_\_. (org.). *Miradas latinoamericanas a la televisión*. Ciudad de México: Iberoamericana, 1996.
- \_\_\_\_\_. *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*. Buenos Aires: Universidad Nacional de La Plata, 2000.
- RÜDIGER, Francisco. *Comunicação e teoria crítica da sociedade*. Fundamentos da crítica cultural em Adorno. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

## **Resumo**

Para o presente trabalho, buscando sinalizadores capazes de balizar nossa incursão acadêmica no universo da comunicação e do jornalismo, lança-se mão das contribuições teórico-metodológicas dos Estudos Culturais, em especial dos postulados de Douglas Kellner (2001) no que se refere à pedagogia crítica da mídia; de Jesús Martín-Barbero (1997) no que tange à teoria das mediações; e de Guillermo Orozco Gómez (2000) no que diz respeito às múltiplas mediações. Na tentativa de sistematizar sugestivamente uma aproximação conceitual e objetivando propor uma híbrida metodologia para os estudos do e no campo comunicacional, através de suas relações com a cultura, procurou-se, primeiro, desvelar os alicerces dessas contribuições, apresentar seus principais conceitos e entender seus postulados; e, depois, de uma forma coerente, tentou-se demonstrar aqui o resultado dessa aproximação.

## **Palavras-chave**

Cultura da mídia; Teoria das mediações; Estudos Culturais; Processos jornalísticos; Metodologia de pesquisa em jornalismo.

## **Abstract**

For this paper, seeking flags able to support our incursion in the universe academic communication and journalism, throws up hands of theoretical and methodological contributions of Cultural Studies, in particular the postulates Douglas Kellner (2001) with regard to teaching criticism of the media; Jesús Martin-Barbero (1997) with respect to the theory of mediation, and, Guillermo Orozco Gómez (2000) with regard to multiple mediations. In an attempt to systematize suggestion an approximation conceptual and aiming propose a hybrid methodology for the studies in the field of communication, through its relationship with the culture, it is, first, unveiling the foundation of these contributions, presenting its main concepts and understand their postulates, and then in a coherent manner, tried to demonstrate here is the result of this approach.

## **Key-words**

Culture of the media; Theory of mediation; Cultural Studies; Journalistic processes; Research methodology in journalism.