

Parte 1 - Mediação & midiatização: conexões epistemológicas

Recepção, mediação e midiatização: conexões entre teorias europeias e latino-americanas

Laan Mendes Barros

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

BARROS, LM. Recepção, mediação e midiatização: conexões entre teorias europeias e latino-americanas. In: MATTOS, MA., JANOTTI JUNIOR, J., and JACKS, N., orgs. *Mediação & midiatização* [online]. Salvador: EDUFBA, 2012, pp. 79-105. ISBN 978-85-232-1205-6. Available from SciELO Books <<http://books.scielo.org>>.



All the contents of this chapter, except where otherwise noted, is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial-ShareAlike 3.0 Unported.

Todo o conteúdo deste capítulo, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença Creative Commons Atribuição - Uso Não Comercial - Partilha nos Mesmos Termos 3.0 Não adaptada.

Todo el contenido de este capítulo, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.

Recepção, mediação e midiatização

conexões entre teorias europeias e latino-americanas

LAAN MENDES BARROS

INTRODUÇÃO

Inserida no debate sobre mediação e midiatização, esta reflexão propõe o alargamento das bases dos estudos de recepção desenvolvidos na América Latina, ao revisar algumas formulações da Estética da Recepção, da Escola de Konstanz, e elementos da Hermenêutica de Paul Ricoeur, relacionando-os com os princípios dos Estudos Culturais, já bem trabalhados no Brasil e noutros países de nosso subcontinente. Várias ideias centrais dessas correntes teóricas europeias repercutiram e permitem pontos de conexão com teorias e pesquisas do campo da comunicação presentes na América Latina; em especial, com a teoria das mediações, formulada e revista por Jesús Martín-Barbero e trabalhada por outros autores.

A partir de articulações entre Comunicação e Cultura, este texto discute a condição ativa do receptor como sujeito do processo comunicacional e a experiência estética, presente nas dinâmicas de fruição e interpretação, como lugar de produção de sentidos, que se estende no tempo e circula no contexto social em dinâmicas de interação entre mídia e sociedade. Assume que essa interação não se limita a uma relação de confronto entre mídia e sociedade, ou de subordinação de uma em relação à outra. Também, que os processos de midiatização não se esgotam nas relações

entre produção e recepção de produtos midiáticos, mas se desdobram em “sistemas de circulação diferida e difusa”, como nos propõe José Luiz Braga (2006a), que implicam em dinâmicas de “interações sociais sobre a mídia”. Esses sistemas de circulação ampliam, no tempo e no espaço, os processos de produção de sentidos, que extrapolam, assim, não só os limites das representações da mídia, mas também os movimentos restritos da recepção. A recepção passa a ser vista não mais como algo individual, mecânico e efêmero, mas como processo que se prolonga no tempo e se difunde no contexto sociocultural. A produção de sentidos se dá nas apropriações vivenciadas pelos receptores em seu lugar social, em interação com seus pares, marcada por experiências de interpretação, balizada por mediações socioculturais.

Quando aqui falamos de processos midiáticos, no contexto de mediação da sociedade, compartilhamos com Braga (2006b, p. 5, grifo do autor) a ideia de que eles se apresentam como “processos interacionais” e “*se realizam* de modos bastante diversos em sociedades específicas”. Também, que eles não se limitam a processos sociais específicos, que se desenvolvem segundo lógicas da mídia. Braga (2006b, p. 1-2) nos propõe, que em um nível macro, pensemos na “mediação da própria sociedade”, como “um processo interacional em marcha acelerada para se tornar o processo ‘de referência’”. E explica:

Um processo interacional ‘de referência’, em um determinado âmbito, ‘dá o tom’ aos processos subsumidos – que funcionam ou passam a funcionar segundo suas lógicas. Assim, dentro da lógica da mediação, os processos sociais ‘da mídia’ passa a incluir, a abranger os demais, que não desaparecem mas se ajustam.

De fato, um processo interacional “de referência” não anula outros processos. Ele passa a funcionar como “organizador principal da sociedade”. (BRAGA, 2006b, p. 2) Reconhecemos, portanto, a hegemonia da mediação no composto de mediações socioculturais com as quais a

sociedade se relaciona com a mídia. E nesta perspectiva, as formulações mais recentes de Martín-Barbero (2004), sobre as “mediações comunicativas da cultura”¹ podem nos ajudar na reflexão.

Ao tomar como pano de fundo o confronto que tem se estabelecido entre mediação e midiatização, procuramos realizar aqui uma revisão de ideias presentes em correntes teóricas consolidadas, que já projetavam a produção de sentidos – mesmo que com uso de outras terminologias – para além das relações entre mídia e receptor, texto e leitor. Pretende-se, com isso, contribuir para o debate. O simples fato de se questionar um conceito e de se contrapor a ele um novo conceito já provoca adensamento em nossa compreensão dos fenômenos da comunicação, dando a ela maior consistência. No entanto, é necessário indagar se essa contraposição no caso de mediação e midiatização configura-se, de fato, uma ruptura. Revisitar conceitos outros que antecederam a estes contemporâneos pode nos ajudar a compreendê-los melhor e nos indicar que mediação e midiatização devam ser vistas como complementares.

E a compreensão dessa complementaridade se faz bem necessária no atual momento dos estudos de Comunicação no Brasil. No contexto de reformulação dos cursos de Comunicação, que se segmentam nas atividades profissionais que com ela trabalham, em recortes por setores de aplicação, é necessário resgatar a recepção como instância importante do processo comunicacional, que se realiza a partir de mediações socioculturais, no cenário midiatizado da sociedade contemporânea. Quando a comunicação é pensada desde uma perspectiva funcionalista e instrumental, o comunicador é tomado como o agente do processo, o sujeito da ação. Já o receptor é visto como “público alvo” – objeto – da ação que se desenvolve. Naquela perspectiva, cada qual cumpre a sua “função”. O receptor sofre a ação, frente à qual lhe cabe a reação; ele é atingido, sofre o impac-

1 O mais correto seria chamá-las de “mediações comunicacionais da cultura”; pois não é que as mediações se comunicam, mas que elas têm uma dimensão comunicacional. Mantivemos o termo que vem sendo usado por outros autores, mas pretendemos retomar tal questionamento em outra oportunidade.

to da mídia. O “comunicador” é aquele que realiza intencionalmente – e competentemente – o ato comunicativo. Daí sua capacitação técnica, possibilitando uma prática qualificada, eficiente, profissional. E tal concepção, que pouco a pouco vinha sendo superada, pode ser retomada nestes tempos de reformulação dos cursos, norteadas pela formação profissional e pela valorização das práticas comunicacionais neste ou naquele segmento do mercado.

É oportuno, portanto, resgatar a natureza dialógica e dialética da comunicação, presente em sua concepção primitiva, do *communicare*, que toma o sentido mais do “compartilhar” do que o do “transmitir”. Nela, emissor e receptor podem ser vistos como interlocutores e como seres sociais. A ideia de “tornar comum a muitos” está na origem do pensamento comunicacional e merece ser recuperada. Mais que as dimensões técnica e instrumental da mídia, é preciso valorizar a dimensão humana da comunicação, tomando o ser humano como sujeito do processo; e não, como mero objeto ou peça da engrenagem. E neste sentido a ideia de mediação pode nos ajudar a pensar as relações sociais em uma sociedade midiaticizada, que refletem um “*ethos* midiaticizado” – conceito proposto por Muniz Sodré, trabalhado mais adiante – e se desdobram em processos de recriação e produção de sentidos, que incorporam e, ao mesmo tempo, extrapolam a lógica midiática. Importa pensar a Comunicação e o ser humano, sujeito da comunicação, ser social.

OS ESTUDOS CULTURAIS

Os Estudos Culturais, desenvolvidos pelo grupo de pesquisadores do Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS) da Universidade de Birmingham, estão difundidos e reconhecidos no pensamento comunicacional latino-americano e é pertinente que sejam tratados nos contornos da dialética e do “materialismo cultural”, proposto por Raymond Williams, um de seus principais autores. Mais que referencial teórico-metodológico,

eles se configuram como fundamentação epistemológica para o campo da Comunicação, pois redefinem suas delimitações e natureza, ao propor não apenas a dimensão cultural da comunicação, mas a comunicação e o aparato midiático como elementos estruturantes da cultura contemporânea, desde uma perspectiva crítica. Como observa Ana Carolina Escosteguy (1999, p. 140), para Raymond Williams “a cultura é uma categoria-chave que conecta tanto a análise literária quanto a investigação social”. Ele próprio já nos advertira para o fato de que:

O que o sociólogo cultural e o historiador cultural estudam são as práticas sociais e as relações culturais que produzem não só ‘uma cultura’ ou ‘uma ideologia’, mas, coisa muito mais significativa, aqueles modos de ser e aquelas obras dinâmicas e concretas em cujo interior não há apenas continuidades e determinações constantes, mas também tensões, conflitos, resoluções e irresoluções, inovações e mudanças gerais. (WILLIAMS, 2011, p. 29)

E essas tensões e conflitos estão presentes no contexto de mediações socioculturais, que estruturam os processos de recepção e subsidiam a produção de sentidos, vivenciada nas experiências cotidianas do receptor, em suas relações com o outro, em sua condição cultural, construída no espaço da coletividade. As mediações aqui referidas tomam o sentido das primeiras formulações da Matín-Barbero (1997), que ressaltavam os balizamentos culturais nos processos comunicacionais.

Ocorre que na sociedade contemporânea, interconectada em redes de informação, em escala global, os limites da coletividade se tornam fluidos, desterritorializados, dando à cultura uma natureza híbrida, em um processo, como define Octavio Ianni, de transculturação. Para ele, “a história dos povos e coletividades, das nações e nacionalidades, ou das culturas e civilizações” pode ser lida como uma “história de um amplo processo de transculturação”. (IANNI, 2000b, p. 99) O autor explica que:

O complexo de enigmas e contrapontos que constituem a ocidentalização do mundo, tanto quanto a orientalização, a africanização e a indigenização, esse complexo desenvolve e multiplica os processos socioculturais, econômicos e políticos que conformam a transculturação manifesta em todas as partes do mundo. Esse é o complexo de enigmas e contrapontos que desenvolve as identidades e alteridades, tanto quanto as diversidades e desigualdades que configuram a pluralidade dos mundos. (IANNI, 2000b, p. 105)

Essa pluralidade, segundo Ianni, se desenvolve de maneira dinâmica, “em movimento, em permanente mutação”, onde coexistem e conflitam essas diversidades e desigualdades, as identidades e alteridades, em uma relativização do tempo e do espaço, que confrontam dialeticamente “contemporaneidades e não-contemporaneidades, territorializações e desterritorializações, modernidades e pós-modernidades”. (IANNI, 2000b, p. 105) É, pois, em um cenário de transculturalidades que se deve estudar as relações contemporâneas entre Comunicação e Cultura.

Vale recordar que para os autores da Escola de Birmingham a “cultura” é mais que erudição, ou marca de *status*. Stuart Hall (2008, p. 126) retoma as formulações de Williams em *The Long Revolution*, identificando ali duas concepções de cultura. A primeira, lembra ele, “relaciona cultura à soma das descrições disponíveis pelas quais as sociedades dão sentido e refletem suas experiências comuns”, o que reforça a dimensão ordinária, coletiva e democrática de sua construção, vez que “a concepção de cultura é, em si mesma, socializada e democratizada”. Tais descrições inserem o termo cultura no domínio das ideias. São concepções, saberes. A segunda dimensão proposta por Williams, lembra Hall (2008, p. 127, grifo do autor), “é mais deliberadamente antropológica e enfatiza o aspecto de ‘cultura’ que se refere às *práticas* sociais. É a partir dessa segunda ênfase que a definição de certo modo simplificada – ‘a cultura é um modo de ver a vida global’ – tem sido abstraída de forma um tanto pura”. Assim, Hall (2008, p. 128) conclui que:

O ponto importante nessa discussão se apóia nas relações ativas e indissolúveis entre elementos e práticas sociais normalmente isoladas. É *nesse* contexto que a ‘teoria da cultura’ é definida como ‘o estudo das relações entre elementos de um modo de vida global’. A cultura não é uma prática; nem apenas a soma descritiva dos costumes e ‘culturas populares’ (*folkways*) das sociedades, como ela tende a se tornar em certos tipos de antropologia. Está perpassada por todas as práticas sociais e constitui a soma do inter-relacionamento das mesmas.

Esses inter-relacionamentos das práticas sociais e as ideias que dão sentido a elas podem ser comparadas ao conceito de “mediações”, presente nas formulações de vários autores latino-americanos. A cultura é, para uns e outros, uma forma de ler os fenômenos e processos sociais, hoje estendidos para além das fronteiras geográficas. A cultura é, como já dito, um modo para pensar a vida global. E a cultura na sociedade midiaticizada tem na comunicação um elemento estruturante; não na perspectiva de um agendamento cego de pautas sociais, mas como dimensão contemporânea da esfera pública. Quando Williams argumenta que a cultura é perpassada pelas práticas sociais, cabe reconhecer que na sociedade contemporânea essas práticas são atravessadas por interações midiaticizadas, que integram a estrutura social.

Estas duas últimas afirmações merecem ser discutidas. Há dez anos, em *Antropológica do Espelho*, Muniz Sodré nos falava de um “*ethos* midiaticizado” ao caracterizar o espaço-tempo das realizações sociais cotidianas na contemporaneidade. *Ethos* entendido como “a *consciência* atuante e objetiva de um grupo social – onde se manifesta a compreensão histórica do sentido da existência, onde tem lugar as interpretações simbólicas do mundo – e, portanto, a instância de regulação das identidades individuais e coletivas”. (SODRÉ, 2002, p. 45) Ou seja, a sociedade contemporânea está estruturada em uma lógica midiática que dá sustentação à *consciência* e à construção de identidades do indivíduo e do grupo. A midiaticização, portanto, vai além da mídia, em sua dimensão técnica. Ela se espalha e se

entranha na estrutura social, na constituição de uma cultura midiaticizada. Sodré (2002, p. 21, grifo do autor) nos explica que

[...] a sociedade contemporânea (dita ‘pós-industrial’) rege-se pela *mediatização*, quer dizer, pela tendência à ‘virtualização’ ou telerrealização das relações humanas, presente na articulação do múltiplo funcionamento institucional e de determinadas pautas individuais de conduta com as tecnologias da comunicação.

Para ele, no contexto da mediatização as relações entre sujeito e mídia se dão em uma situação de interação, em uma relação “especular”, onde o “espelho” midiático “não é simples cópia, reprodução ou reflexo, porque implica uma forma nova de vida, com um novo espaço e modo de interpelação coletiva dos indivíduos”. Então, a forma midiática “se abre a permeabilizações ou permite hibridizações com outras formas vigentes no real-histórico”. (SODRÉ, 2002, p. 23) O autor propõe que a mediatização seja “pensada como tecnologia de sociabilidade ou um novo *bios*, uma espécie de quarto âmbito existencial” (SODRÉ, 2002, p. 25), referindo-se à classificação aristotélica de três gêneros de existência: a vida contemplativa, a vida política e a vida prazerosa, vida do corpo.

Na mesma linha de reflexão, referindo-se a pensamentos de Fausto Neto, Maria Ângela Mattos e Ricardo Costa Villaça (2011, p. 12) recordam que

Assumindo a mediatização como nova ordem comunicacional na qual as mídias não são mais uma ‘variável dependente’, estudiosos desse fenômeno o encaram como processo que atinge não apenas determinados âmbitos das sociedades, mas que se desenvolve e engloba todas as instâncias sociais, chegando a constituir-se como nova forma de sociabilidade. O termo sugere mudança de perspectiva em relação ao lugar ocupado pelas mídias no funcionamento das sociedades e na construção dos parâmetros pelos quais essas sociedades criam suas ‘realidades’.

É no campo da cultura que se desenham as percepções de tempo e espaço e que as “realidades” são criadas. Ocorre que nas dinâmicas culturais

da sociedade contemporânea as mídias ocupam lugar hegemônico. Como nos sugerem vários estudiosos da midiatização, ela se constitui em uma “nova forma de sociabilidade”. Vivemos em uma cultura midiatizada.

Os Estudos Culturais ingleses oferecem bases para os estudos da Comunicação para além dos limites da mídia e das questões tecnológicas. Isso fica evidente no exame de boa parcela das pesquisas de nosso campo de estudo na América Latina, que se serve daquela corrente teórica para pensar não só questões de recepção, como também outras dimensões da comunicação (comunicação comunitária, popular, urbana etc.) e suas aproximações com outras disciplinas (educomunicação, artecomunicação etc.).

Tomando, pois, a cultura como algo mais amplo que seu sentido tradicional, ligado à erudição, os Estudos Culturais se voltam, em especial, à cultura popular, vista como campo de conflitos e de resistências, vista como “formas de luta”. Com isso, o poder dos *mass media* é relativizado e abre-se espaço para o reconhecimento da condição ativa do receptor, como sujeito do processo comunicacional, e não mero objeto da ação empreendida pelas instâncias emissoras. O contexto social no qual o receptor está inserido, sua identidade cultural e sua participação em uma dada comunidade, são valorizados como contexto onde ele vivencia práticas cotidianas. E neste sentido, é fácil estabelecer paralelos entre as formulações dos pensadores de Birmingham e o mapeamento das mediações – primeiro, socioculturais; e depois, comunicacionais – proposto por Martín-Barbero. Ocorre que a cotidianidade contemporânea também se insere em uma cultura midiatizada. Temos a Comunicação como elemento estruturante da Cultura, que hoje passa necessariamente pela lógica da midiatização.

MEDIAÇÕES COMUNICATIVAS DA CULTURA

A mesma ênfase na questão das identidades e da cotidianidade observada nos Estudos Culturais está presente na teoria das mediações, mesmo quando se observa que Martín-Barbero reformulou sua proposta original,

que indicava um deslocamento “dos meios às mediações” nos estudos da comunicação. Em entrevista concedida à revista *Matrizes*, em 2009, o pensador espanhol-colombiano reconhece que era preciso revisar o modelo que havia proposto em 1987, quando ele sentiu a necessidade de pensar “a força social, cultural e política da vida cotidiana, da comunicação entre vizinhos, entre amigos do mesmo time de futebol, e também entre os governantes e os governados”. (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 151) A reformulação, então pensada, não implicava simplesmente em inverter a ordem da primeira proposição, com um novo deslocamento, agora, “das mediações aos meios”. Martín-Barbero adota, então, a denominação “mediações comunicativas da cultura”, referindo-se não somente aos produtos culturais, mas à sociedade, à política.

E essa reformulação nos permite traçar um paralelo entre os conceitos de mediação e midiatização. As “mediações comunicativas da cultura” poderiam ser entendidas como midiatização da cultura. Vale observar que os dois termos não são conflitantes, já que eles sugerem conotações bem próximas. Enquanto “midiatização” vem sendo pensada como uma nova forma de sociabilidade, decorrente de uma lógica midiática, “mediação” traz já de algum tempo² o sentido das interações sociais, que nos dias de hoje se dão essencialmente – mas não exclusivamente – por intermédio da mídia. Vale reproduzir aqui algumas linhas daquela entrevista de Martín-Barbero (2009, p. 151-152):

Recoloco assim uma questão decisiva: a presença dos meios na vida social, não em termos puramente ideológicos, mas como uma capacidade de ver além dos costumes, ajudando o país a se movimentar. [...] Inverto meu primeiro mapa e proponho as ‘mediações comunicativas da cultura’, que são: a ‘tecnicidade’; a ‘institucionalidade’ crescente dos meios como instituições sociais e não apenas aparatos, instituições de peso econômi-

2 Há 35 anos Manuel Martín Serrano publicava, em Madri, o livro *La Mediación Social*, que já trazia as bases da teoria das mediações, também desenvolvida em outras de suas obras.

co, político, cultural; a ‘socialidade’ [...] E, finalmente, as novas ‘ritualidades’ que acontecem em relação aos novos formatos industriais possibilitados pela tecnicidade. [...] Era preciso assumir não a prioridade dos meios, mas sim que ‘o comunicativo está se transformando em protagonista de uma maneira muito mais forte’.

Tal reformulação já estava presente no livro *Ofício de Cartógrafo*, publicado no México em 2002 e no Brasil em 2004, no qual Martín-Barbero (2004, p. 228) discute a reinserção do estudo da comunicação no campo da cultura, ao constatar que “o lugar da cultura na sociedade muda quando a mediação tecnológica da comunicação deixa de ser meramente instrumental para se converter em estrutural”. Com “um novo mapa que dê conta da complexidade nas relações constitutivas da comunicação na cultura”, ele recoloca a comunicação como protagonista das relações sociais e culturais contemporâneas, reconhece que as novas configurações da sociedade criam novos usos sociais das mídias e se dispõe a encarar “a nova trama comunicativa da cultura”. (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 229) Nilda Jacks (2008, p. 35) lembra que é na tensão “entre as inescapáveis lógicas do mercado e das tecnologias de comunicação/informação e as mediações histórico-culturais que o pensamento crítico vislumbra uma possibilidade de refletir a relação da cultura com os meios de comunicação” e estuda, com profundidade, as transformações no pensamento de Martín-Barbero, que volta a priorizar os meios de comunicação no estudo dos processos comunicativos presentes na sociedade:

A passagem do modelo das *mediações culturais da comunicação* para o das *mediações comunicativas da cultura* recoloca a necessidade formal de trabalhar os meios e todos os recursos que os rodeiam de forma mais enfática para entender a cultura contemporânea, sem deixar, entretanto, de considerar todos os elementos da estrutura sociocultural que configuram a relação das pessoas com os meios de comunicação. (JACKS, 2008, p. 39, grifo do autor)

Essa transição pode ser vista como um movimento dialético e não, necessariamente, como uma ruptura, como a negação da formulação primeira. Veneza Ronsini registra esse processo que levou Martín-Barbero à retomada da comunicação como elemento central da vida cultural e social das pessoas. “Mas, ao contrário do pensamento pós-moderno para o qual tudo é cultural, para Barbero o protagonismo do comunicativo não apaga os determinantes econômicos, geracionais, étnicos ou de gênero”. (RONSINI, 2010, p 10)

Se há um remanejamento na concepção das mediações, vale indagar se com isso a recepção fica fora do foco em que se mantinha, com evidência, na formulação anterior. Parece que não. Ocorre que a comunicação quando vista no contexto da cultura mantém o sentido do “tornar comum”, do “compartilhar”. O reconhecimento do fenômeno de midiaticização da cultura contemporânea não implica, necessariamente em desvalorizar a dimensão humana do processo comunicacional. Ao pensar na “complexidade das relações constitutivas da comunicação na cultura”, Martín-Barbero valoriza a socialidade e a ritualidade, dimensões essenciais da natureza humana em interação com o contexto social. Essa valorização da dimensão antropológica das relações comunicativas recoloca os agentes das dinâmicas de produção e fruição como sujeitos dos processos que se dão.

No campo da recepção, o processo de produção de sentidos extrapola o exercício de decodificação da mensagem recebida; ele se dá a partir das apropriações feitas pelos receptores, à luz de seu campo semântico e pragmático. O sentido não está, portanto, nos limites do composto meio-mensagem; mas, presente nas dinâmicas que envolvem os sujeitos do processo comunicacional: emissor e receptor, seres sociais, em interação com outros indivíduos, instituições e movimentos sociais.

Braga identifica “um terceiro sistema de processos midiáticos” na sociedade, que “corresponde a *atividades de resposta* produtiva e direcionadora da sociedade em interação com os produtos midiáticos”. (BRAGA, 2006a, p. 22, grifos do autor) Ou seja, para além das relações da sociedade

com a mídia e das interações entre emissor e receptor e deles com a coletividade, existe um “sistema de interação social sobre a mídia”, um “sistema de resposta social”, que merece ser estudado para que se entenda como a “a sociedade enfrenta sua mídia”. Tal proposta de Braga (2006a, p. 307) estabelece uma relação dialética entre mídia e sociedade. Ele justifica o termo “enfrentamento” por notar que diferentes setores da sociedade “se voltam, reflexiva e/ou ativamente sobre a mídia, seus produtos e processos. Põem-se ‘de frente’ para interpretá-la”. Mas explica que “enfrentar’ não significa necessariamente se contrapor, oferecer resistência ou entrar em conflito aberto”.

Nesse “enfrentamento” entre mídia e sociedade não existe, portanto, uma relação de causalidade ou de dicotomia, que aponte para a submissão de uma instância à outra ou para uma situação de conflito permanente onde as duas instâncias sejam postas em condições de antagonismo. Para pensarmos a sociedade midiaticizada não nos servem nem as teorias dos efeitos da mídia, presentes nas formulações funcionalistas, nem a visão apocalíptica da teoria crítica. Precisamos hoje pensar os processos midiáticos de maneira menos linear. E neste sentido os conceitos de mediação e midiaticização oferecem novas perspectivas de análise. Recorremos a Braga (2006a, p. 307-308), uma vez mais:

Longe das características monolíticas e de padronização da ação midiática na sociedade (que algumas posições analíticas tendem a assumir), a sociedade ‘elabora’ e trabalha uma diversidade significativa de perspectivas. Não só ‘vê’ o objeto segundo ângulos diferenciados, mas, ao fazê-lo, faz circular essa variedade. A sociedade dispõe (pelo menos potencialmente) de processos de enfrentamento que, por sua pluralidade mesmo, por pouco que haja (ou houvesse) acesso a essa diversidade, seriam estimuladores de reflexão, cotejo e aprendizagem. Os dispositivos sociais elaboram múltiplas perspectivas e as fazem circular.

Esses dispositivos sociais podem ser pensados na perspectiva das mediações, como sistema de representações e apropriações com o qual a “so-

cidade enfrenta a sua mídia”. A sociedade tem nesses dispositivos fatores geradores de “reflexão, cotejo e aprendizagem” que funcionam, podemos dizer, como balizadores nos processos de interpretação, apropriação e produção de sentidos. Essa ideia de balizadores referenciais também está presente na teoria das mediações. Em diferentes classificações – cognitivas, situacionais, institucionais, tecnológicas etc. – elas surgem como um sistema de referências que se faz presente nas relações especulares entre os seres humanos e a mídia.

É possível aproximar os referenciais dos Estudos Culturais, aqui trazidos em articulações com os conceitos de mediação e midiatização, com outros movimentos e grupos que também se ocupam com a questão da recepção e da produção de sentidos. É o caso, por exemplo, da Escola de Konstanz, que tem em Hans Robert Jauss e Wolfgang Iser os autores mais conhecidos por parte da academia brasileira. É, também, o caso dos ensaios de Hermenêutica de Paul Ricœur, que propõem o deslocamento “do texto à ação”, e das reflexões sobre “experiência estética” de Mikel Dufrenne, que observa a metamorfose do objeto quando de sua apropriação por parte do receptor. Elas se configuram como chaves de leitura dos processos e produtos comunicacionais que ultrapassem o exercício sintático-semântico do composto meio-mensagem e se lancem a uma análise semântico-pragmática da produção de sentidos, não se limitando aos contornos da mensagem, na qual o texto faz parte de um contexto e a mídia faz parte das mediações socioculturais. Isso já ficava evidenciado nas proposições originais de Martín-Barbero (1997, p. 228, grifo do autor):

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

informações, no qual o receptor, portanto, não é simples decodificador daquilo qual o emissor depositou na mensagem, mas também um produtor.

Esse resgate da figura do receptor como sujeito do processo comunicacional, presente nas formulações mais antigas do pensador espanhol-colombiano, que enfatizavam as mediações socioculturais na comunicação, fica preservado nas reformulações mais recentes do autor, quando ele opta por trabalhar as mediações comunicativas da cultura. A produção de sentidos fica vinculada à experiência estética dos receptores, decorrente dos processos de interpretação e apropriação. O que nos leva ao campo da Hermenêutica. E a interpretação se dá mais além de um processo de “codificação e decodificação”, como denomina Hall; ela reflete a “identidade cultural” dos sujeitos da comunicação, dimensão também presente nos Estudos Culturais, que se voltam com frequência às questões de gênero, de classe social, de raça e etnia, e aos confrontos entre modernidade e pós-modernidade. Questões estas hoje vivenciadas, majoritariamente, no contexto da midiatização.

ELEMENTOS DE HERMENÊUTICA

As formulações sobre hermenêutica de Paul Ricœur se reproduzem na concepção de mediações de Matín-Barbero, que foi seu aluno. No caso da comunicação, mais do que a atitude explicativa – ou descritiva – dos fenômenos midiáticos, é preciso enxergar a dimensão interpretativa que se dá no contexto das leituras, marcadas por um diversificado leque de mediações. E na análise desse contexto vale aplicar a ideia de “sistema de circulação interacional” proposto por Braga (2006a, p. 28), no qual ele defende que “o que importa mais é a circulação posterior à recepção”. Fazendo um paralelo, poderíamos dizer que os estudos de comunicação devem ultrapassar a “exegese” dos meios, tomados em sua dimensão técnica, a fim de alcançar uma “hermenêutica” das mediações, sejam elas socio-

culturais ou comunicacionais. E isso se dá quando o contexto sociocultural e o próprio processo de midiatização são trazidos para o centro das atenções quando do estudo dos processos de produção de sentidos, que se desdobram em novas construções simbólicas, a partir das apropriações vivenciadas pelas pessoas na sociedade.

Cabe registrar que o pensamento hermenêutico de Paul Ricoeur se configura no contexto de uma hermenêutica geral, que desde o século XVIII, com Friedrich Schleiermacher, experimentou um descolamento do campo específico teológico-religioso, para abrigar também outros estudos que se lançam aos processos de interpretação e compreensão de mensagens. Na hermenêutica contemporânea são diversas as aplicações dos fundamentos teórico-metodológicos nascidos no campo da interpretação de textos sagrados e ali contidos até os tempos do Iluminismo. Essa abertura de visada da hermenêutica é o que Ricoeur (1990, p. 18, grifo do autor) chama de “desregionalização”; processo que segundo ele se faz acompanhar “de um movimento de *radicalização*, pelo qual a hermenêutica se torna, não somente *geral*, mas *fundamental*”.

Dentre outras disciplinas, a hermenêutica está presente, como elemento fundamental, no campo do Direito e da Psicologia, por exemplo. Assim sendo, por que não incorporá-la, de maneira mais sistemática, aos estudos da Comunicação Social e à análise dos fenômenos de mediação e midiatização? É da essência do pensamento hermenêutico o confronto dialético entre texto e contexto, entre poética e estética. Pode também estar presente nas articulações entre mídia e sociedade.

Nas articulações que Ricoeur estabelece entre fenomenologia e hermenêutica a questão da interpretação e da compreensão das mensagens – no nosso caso daquelas presentes nos discursos midiáticos, em um contexto de interações midiatizadas – não fica limitada ao plano formal dos códigos, à aparência dos conteúdos emitidos. Ela se desloca para o plano das representações e apropriações culturais, que se dão nas inter-relações entre os processos de produção e recepção dos discursos presentes nas

diversas manifestações midiaticizadas e dos desdobramentos dessas inter-relações no contexto social.

A partir da noção psicológica de compreensão, formulada por Wilhelm Dilthey, Ricœur se propõe a pensar a questão da interpretação no campo da hermenêutica. Ele parte da oposição entre explicação e interpretação, definida pelo pensador alemão no confronto entre o saber naturalista, que se lança à explicação dos fenômenos, e a tradição historicista, que se lança à interpretação dos fatos.³ Ricœur (1998, p. 159, tradução nossa) argumenta que a oposição estudada por Dilthey “não é exatamente entre explicar e interpretar, mas entre explicar e compreender”:

É, portanto, da oposição entre explicação e compreensão que se deve partir. Agora, se essa oposição é exclusiva, é porque, segundo Dilthey, ambos os termos referem-se a duas esferas da realidade que se busca separar. Estas duas esferas são a das ciências naturais e a das ciências da mente.

Neste sentido, poderíamos recuperar o velho confronto entre natureza e cultura, relacionando, por certo, o exercício da interpretação e compreensão ao campo dinâmico da cultura. Mais do que um processo linear e mecânico da codificação e decodificação de mensagens, preso a uma lógica formal, que poderíamos chamar de “infraestrutural”, a interpretação – ou mais propriamente a compreensão – nos leva à dimensão “superestrutural” da cultura, que envolve valores e ideologias, presentes nos processos de criação e re-criação dos sentidos.

E quando se fala em produção de sentidos é necessário considerar a centralidade do sujeito. Neste caso, o interesse se dá não em uma relação sujeito-objeto, mas em uma relação sujeito-sujeito, em uma relação compreensiva. Tal relação recupera o caráter metodológico dado por Schleiermacher à hermenêutica, que busca reconstruir o ato criador.

3 Ao ressaltar o caráter interpretativo do pensamento histórico, Dilthey remete a discussão ao campo da dialética, bem presente nos movimentos da historiografia.

Essas formulações hermenêuticas podem ser oportunas para as nossas reflexões epistemológicas a respeito do objeto de estudo da comunicação e dos processos de mediação e midiática. Podem nos ajudar a superar uma visão fragmentada entre meios e mediações. Assim como entre texto e ação existe uma relação de interdependência, entre meios e mediações podemos encontrar nexos que nos permitam vencer a polêmica que se arrasta ao longo dos anos. Nosso objeto de estudos não pode ficar restrito à dimensão técnica dos meios; os processos midiáticos no atual cenário de midiática da sociedade precisam ser vistos desde a perspectiva das mediações socioculturais que envolvem a comunicação na contemporaneidade.

Esta reflexão sobre possíveis articulações da hermenêutica com os estudos de recepção permite traçar um paralelo com os níveis de estudo do processo sógnico definidos na teoria da informação.⁴ Enquanto o nível *sintático* estuda a relação dos signos entre si, o nível *semântico* se ocupa das relações do signo com seu referente, em um plano denotativo. Já no nível *pragmático*, a operação implica as relações do signo com o seu intérprete, em um diversificado leque de conotações. Neste último caso é que se inscrevem os estudos de recepção, marcados por um complexo jogo de mediações; tanto socioculturais, como comunicacionais. Importa, no entanto, que esse processo de produção de sentidos e de apropriação da mensagem por parte do receptor não fique limitado ao texto, mas se desdobre em ações no contexto no qual ele está inserido.

E esse sujeito interage com outros sujeitos, diversos, no processo de interpretação. Trata-se de uma “experiência estética”, onde o mais importante, segundo Dufrenne (1992, p. 103, tradução nossa),

é que o objeto estético ganhe em estar frente a essa pluralidade de interpretações que se ligam a ele: ele se enriquece à medida que a obra encontra um público mais vasto e uma significação mais diversificada. Tudo ocorre como se o objeto estético se metamorfoseasse.

4 Décio Pignatari classifica esses níveis no livro *Informação, Linguagem e Comunicação*.

Por certo, as mensagens veiculadas na mídia se transformam quando os receptores se apropriam delas; não só por conta dos movimentos de interpretação, mas também da circulação e das apropriações sociais que elas experimentam, gerando “interações sociais sobre a mídia”, como nos sugere Braga. Ele nos explica que “não encontramos apenas interpretações de produtos específicos que *depois*, uma vez feitas, circulam”. (BRAGA, 2006a, p. 36, grifo do autor) A própria interpretação já está marcada pelo contexto sociocultural, não fica restrita ao texto. Para além do plano sintático-semântico do texto, vale o tratamento semântico-pragmático das relações entre texto e contexto. Ou seja, na medida em que as mensagens ganham novos sentidos, elas se desdobram em novas interações, em ações. Na obra *Du texte à l'action: essais d'herméneutique II*, Ricœur (1998, p. 194-195, tradução nossa) nos ensina que entre a teoria do texto e a teoria da ação existe uma relação de interdependência. Afirmar ele:

Razões profundas justificam a transferência da teoria do texto para a teoria da ação e vice-versa. [...] Eu vou dizer que brevemente, de um lado a noção de texto é um bom paradigma para a ação humana; assim como, a ação é uma boa referência para toda classe de textos.

Essa proposição de Ricœur nos permite pensar a relação mídia-receptor como algo bem mais complexo e rico do que as concepções majoritárias das práticas comunicacionais, que se apoiam em uma lógica causal. Não se trata de uma relação de causa e efeito, de estímulo e resposta, justificada no pensamento behaviorista. Ricœur não fala de reação, mas de ação. Com isso nos permite pensar em práxis, em experiência, em vivência.

É, pois, nessa perspectiva de transição “dos meios às mediações” e “do texto à ação” que projetamos boas possibilidades de estudo dos fenômenos comunicacionais em um contexto de midiatização. A hermenêutica nos sinaliza com o diálogo. E neste sentido ela se articula com os modelos teóricos que se voltam aos processos comunicacionais desde uma perspectiva cultural e dialógica, como ocorre com os estudos de recepção

e mediação da vertente latino-americana. Sobre essa dimensão da hermenêutica filosófica, Luiz Rohden (2003, p. 181) argumenta que “no diálogo, o sujeito deve ser visto e assumido em sua real proporção com relação à alteridade, com a liberdade que conquistou na modernidade, em meio aos condicionamentos existenciais e históricos”. Ele completa a ideia ao recordar que “o modo próprio de ser da linguagem, da hermenêutica filosófica, pode ser representado pelo jogo, pelo círculo hermenêutico, mas possui seu modo mais apropriado de realizar-se no diálogo”.

A ESTÉTICA DA RECEPÇÃO

No mesmo contexto histórico⁵ em que foram formulados os Estudos Culturais e os ensaios de Hermenêutica de Ricoeur – ambos voltados à estética, mais do que à poética das mensagens – Jauss, Iser e outros pesquisadores propunham, em Konstanz, uma Estética da Recepção. Nela, as relações entre o leitor e a literatura são pensadas em um contexto dialético, no qual *poiesis* e *aisthesis* são postas frente a frente. O que nos permite fazer um paralelo com a relação de “enfrentamento” entre sociedade e mídia em tempos de midiaticização. Segundo Jauss (2002, p. 102),

quando o leitor contemporâneo ou as gerações posteriores receberem o texto, revelar-se-á o hiato quanto à *poiesis*, pois o autor não pode subordinar a recepção ao propósito com que compusera a obra: a obra realizada desdobra, na *aisthesis* e na interpretação sucessivas, uma multiplicidade de significados que, de muito, ultrapassa o horizonte de sua origem.

Wolfgang Iser (2002, p. 107) estabelece uma relação lúdica entre autor e leitor, como que num jogo no qual “o texto é composto por um mundo que ainda há de ser identificado e que é esboçado de modo a incitar o leitor a imaginá-lo e, por fim, a interpretá-lo”. Iser fala dessa dupla operação de

5 Meados do Século XX, marcado pela Guerra Fria.

imaginar e interpretar, que leva o leitor a construir novas formas e sentidos, a partir de seu contexto, “transgredindo” as referências propostas no texto. Para ele, “não importa que novas formas o leitor traz à vida: todas elas transgridem – e, daí, modificam – o mundo referencial contido no texto”.

Essa ideia de um receptor transgressor nos permite pensar que a “experiência estética” se desdobra no que poderíamos chamar de “experiência poética”, pois ela é muito mais que *aisthesis*; nela se opera uma nova produção, uma nova *poiesis*. Cabe aqui resgatar alguns argumentos de Maria Tereza Cruz (1986, p. 57):

A ‘estética da recepção’ apresentar-se-ia, então, como uma expressão pleonásmica, a não ser que aceitemos ver nela, precisamente, o julgamento da oposição entre ‘poiesis’ e ‘aisthesis’. De fato, aquilo a que ela parece referir-se não é uma recepção passiva, nem sequer uma simples decodificação. A recepção de uma obra literária é entendida como um processo complexo no qual a obra é recriada, tornando-se assim um produto da sua interação com o leitor. A recepção seria portanto, também, de certa forma, uma produção, cujas determinantes se trata de novo de descobrir, já não pelo lado do autor, mas pelo lado do leitor. Um discurso, pois, que poderíamos tanto apelidar de ‘estética da recepção’ como de poética da recepção.

É na perspectiva da compreensão que os autores da Escola de Konstanz formulam sua “estética da recepção”; que – como nos adverte a autora portuguesa – também pode ser pensada como “poética da recepção”. E essa relação que coloca em interação autor e leitor, no campo dos estudos da literatura, pode ser aplicada também à interação entre mídia e sociedade no contexto da midiatização, como uma relação de mútua influência, uma relação especular, de espelhamento.

Nos argumentos de Karlheinz Stierle (2002, p. 145), os limites da recepção estão na própria condição e disposição do receptor:

O processo de recepção encontra seu limite apenas na capacidade do leitor em apreender o texto, clara e distintamente,

como um conjunto infinito de relações constitutivas de sentido. As fronteiras que se colocam para a recepção são tanto as fronteiras subjetivas da percepção e da faculdade de julgar, quanto as objetivas de um potencial de recepção disponível em uma situação histórica dada.

Considerando em especial os textos literários, ele pondera que “o leitor preenche os vazios do texto, com sua própria criatividade”. (STIERLE, 2002, p. 149) Não é só na literatura de ficção ou nas obras de arte que o processo de fruição se dá de forma aberta e recriativa, a partir da criatividade do receptor. No universo da comunicação midiática o receptor é constantemente desafiado a empreender nova poética no exercício da estética. As dimensões lúdicas e oníricas de muitos produtos midiáticos convidam os receptores a preencherem os vazios, ao exercício da imaginação e construção de novos sentidos. E isso se torna ainda mais evidente no contexto da interconexão midiática, sustentada por aparatos e sistemas digitais, que facilitam a apropriação e reelaboração de conteúdos, sua manipulação em operações colaborativas e sua redistribuição em redes de relacionamento. Neste novo cenário de midiatização generalizada, híbrido e dinâmico, as possibilidades de circulação de informações que provoquem desdobramentos sociais se aceleram e se intensificam.

Se entendermos que a experiência estética se desdobra em experiência poética, podemos projetar a sociedade como lugar dessa nova produção de sentidos e pensar na ideia de “resposta social” proposta por Braga. Ele parte da hipótese de que “a abrangência dos processos midiáticos, na sociedade, não se esgota nos subsistemas de produção e de recepção” e considera que “desde as primeiras interações midiatizadas, a sociedade *age e produz* não só com os meios de comunicação, ao desenvolvê-los e atribuir-lhes objetivos e processos, mas sobre os seus produtos, redirecionando-os e atribuindo-lhes sentido social”. (BRAGA, 2006a, p. 21-22, grifo do autor) Nesse sistema “os sentidos midiaticamente produzidos chegam à sociedade e passam a circular nesta, entre pessoas, grupos e

instituições, impregnando e parcialmente direcionando a cultura”. (BRAGA, 2006a, p. 27) Ou seja, a produção de sentidos deixa de ser uma operação individual e localizada, limitada aos processos de produção e recepção da comunicação, para se estender de maneira dinâmica, prolongada e dispersa nos tecidos sociais. Entende-se que é nessa perspectiva que Braga (2006a, p. 39, grifos do autor) afirma que a sociedade “não apenas sofre os aportes midiáticos, nem apenas resiste pontualmente a estes”; mas que ela “se organiza *como sociedade*, para fazer circular, de modo necessariamente trabalhado, o que as mídias veiculam”, o que corresponde a dizer que:

A mesma sociedade que, por alguns de seus setores, grupos e linhas de ação, gera a midiatização enquanto sistema produtivo, por outros setores e atividades complementa essa midiatização por meio de operações de trabalho e de circulação comentada daquilo que o sistema produtivo oferece ao sistema de recepção. (BRAGA, 2006a, p. 39)

Na mesma linha de valorização da emergência da midiatização na sociedade, Fausto Neto fala de uma evolução da “sociedade dos meios” para uma “sociedade da midiatização”. Esta segunda categoria, bem contemporânea e mais condizente com a realidade, sustenta-se na ideia de que a “cultura midiática se converte na referência sobre a qual a estrutura sócio-técnica-discursiva se estabelece, produzindo zonas de afetação em vários níveis da organização e da dinâmica da própria sociedade”. (FAUSTO NETO, 2008, p. 93) A ideia de midiatização da sociedade se afasta, portanto, de uma visão instrumental de comunicação, onde a mídia é vista apenas como suporte, em sua dimensão técnica. Como detalha Fausto Neto (2008, p. 93), as mídias perdem o “lugar de auxiliaridade e passam a se constituir uma referência engendradora no modo de ser da própria sociedade, e nos processos e interação entre as instituições e os atores sociais”

Mais que instrumento destinado a cumprir certas funções sociais (ou comerciais), a mídia é elemento estruturante da vida social, que in-

terfere no próprio modo de organização da vida em sociedade. Uma sociedade midiaticizada.

ARTICULAÇÕES FINAIS

São várias as articulações possíveis entre os Estudos Culturais, da *New Left* Inglesa, a Hermenêutica de Ricoeur e a Estética da Recepção, da Escola de Konstanz, na formação do pensamento comunicacional latino-americano, em suas investidas nos estudos da recepção e dos processos de produção de sentidos. Mais ainda, a incorporação dos conceitos de mediação e midiaticização – delineados neste trabalho e bem problematizados nos diversos textos que compõem este livro – certamente trará maior adensamento e complexidade a esses estudos, dando a eles melhor fundamentação teórica e metodológica. De modo que os estudos da recepção e da produção de sentidos passem a considerar a existência de um “sistema de interação social sobre a mídia”, como nos propõe Braga, que promove a circulação de expressões e impressões culturais, no contexto de uma *cultura midiaticizada*.

É fato que aquelas correntes teóricas europeias têm diferenças estruturais e bases epistemológicas particulares e foram desenvolvidas em contextos sociais bem distintos, mas é possível estabelecer algumas articulações entre elas e delas com outras desenvolvidas na América Latina. Elas merecem ser reestudadas a partir de uma visada contemporânea, que as articule com os dois conceitos que aqui nos trazem: mediação e midiaticização. Especialmente em tempos de reformulação de teorias bem difundidas, como é o caso das revisões propostas por Martín-Barbero em seu modelo; também, no desenho de uma terceira dimensão na estrutura do processo comunicacional, proposto por José Luiz Braga, no contexto de um *ethos* midiático, conforme Muniz Sodré denomina o contexto da midiaticização contemporânea.

Para quem se interessa pela recepção e pelos usos que os receptores fazem dos produtos midiáticos, cabe abrir novas perspectivas de estudo,

articulando os conceitos de mediação e midiatização. E neste sentido, as três correntes teóricas aqui revisitadas, em diálogo com formulações propostas por pensadores latino-americanos, podem merecer nossa atenção.

Sobre as articulações entre mediação e midiatização, que permearam nossa reflexão, reafirmamos que elas podem ser pensadas como conceitos complementares, vez que a existência de “dispositivos crítico-interpretativos em um sistema social de resposta” (BRAGA, 2006a, p. 309) tem o seu balizamento regido por um complexo e dinâmico sistema de mediações socioculturais nos quais estão inseridos os receptores individual e coletivamente. É verdade que vivemos em uma sociedade midiatizada; mas também é verdade que os processos de produção de sentidos passam por esses dispositivos que extrapolam os limites da midiatização e se completam por dinâmicas de mediação, em um “sistema de circulação diferida e difusa” que caracteriza “a interação social sobre a mídia”, conceitos também formulados por Braga. Há de se avançar nessa reflexão, que aqui foi trazida desde a perspectiva da recepção, da interpretação e das apropriações socioculturais, bem presentes nos pressupostos teóricos europeus e latino-americanos revisitados neste texto. Vivemos em uma cultura midiatizada, que pode ser mais bem compreendida a partir das mediações culturais da comunicação e das mediações comunicacionais da cultura. E é nesta segunda concepção de mediação que enxergamos a proximidade com a ideia de midiatização.

REFERÊNCIAS

BRAGA, José Luiz. *A sociedade enfrenta a sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática*. São Paulo: Paulus, 2006a.

_____. Sobre “mediatização” como processo interacional de referência. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 15., 2006b. Bauru. *Anais...* Bauru: Compós, 2006b.

CRUZ, Maria Teresa. A Estética da Recepção e a Crítica da Razão Impura. *Revista Comunicação e Linguagens*, Lisboa, n. 3, p. 57-67, jun. 1986.

- DUFRENNE, Mikel. *Phénoménologie de l'expérience esthétique – Tome II – La perception esthétique*. Paris: Presses Universitaires de France, 1992.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Estudos Culturais: uma introdução. In: SILVA, Tomaz Tadeu (Org.). *O que é, afinal, Estudos Culturais?* Belo Horizonte: Autêntica, 1999.
- FAUSTO NETO, Antônio. Fragmentos de uma “analítica” da mediação. *Revista Matrizes*, São Paulo, n. 2, abr. 2008.
- HALL, Stuart. *Da Diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: UFMG, 2008.
- IANNI, Octavio. *Teorias da globalização*. 8. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000a.
- _____. *Enigmas da modernidade-mundo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000b.
- ISER, Wolfgang. O jogo do texto. In: LIMA, Luiz Costa. *A literatura e o leitor: textos de Estética da Recepção*. 2.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002. p. 105-118.
- JACKS, Nilda (Coord.). *Meios e audiências: a emergência dos estudos de recepção no Brasil*. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- JAUSS, Hans Robert. O prazer estético e as experiências fundamentais da *poiesis*, *aisthesis* e *katharsis*. In: LIMA, Luiz Costa. *A literatura e o leitor: textos de Estética da Recepção*. 2.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002. p. 85-103.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1997.
- _____. *Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. São Paulo: Loyola, 2004.
- _____. Uma aventura epistemológica. Entrevistador: Maria Immacolata Vassalo de Lopes. *Matrizes*, São Paulo, v. 2, n. 2, p. 143-162, 2009.
- MARTÍN SERRANO, Manuel. *La mediación social*. Madri: Akal, 1977.
- MATTOS, Maria Ângela; VILLAÇA, Ricardo Costa. Aportes para uma nova visada da metapesquisa em Comunicação. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 20., 2011. Porto Alegre. *Anais...* Porto Alegre: Compós, 2011.
- RICŒUR, Paul. *Du texte à l'action: Essais d'herméneutique II*. Paris: Ed du Seuil, 1998.
- _____. *Interpretação e ideologias*. Rio de Janeiro: F. Alves, 1990.
- ROHDEN, Luiz. *Hermenêutica filosófica: entre a linguagem da experiência e a experiência da linguagem*. São Leopoldo: Unisinos, 2003.

RONSINI, Veneza M. A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero (ou como sujar as mãos na cozinha da pesquisa empírica de recepção). In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 19., 2010. Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro: Compós, 2010.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

STIERLE, Karlheinz. Que significa a recepção dos textos ficcionais? In: LIMA, Luiz Costa. *A literatura e o leitor: textos de Estética da Recepção*. 2.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002. p. 119-171.

WILLIAMS, Raymond. *Cultura*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2011.