

Em busca do objeto da Comunicação: a revolução de Martín-Barbero

In search of the object of Communication Studies: Martín-Barbero's revolution

Leticia Cantarela Matheus

leticia_matheus@yahoo.com.br

Doutora em Comunicação Social pela Universidade Federal Fluminense (2010), é professora de Relações Públicas na Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ).

Marialva Carlos Barbosa

marialva153@gmail.com

Professora Doutora Titular de Jornalismo da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

Resumo

O ensaio destaca seis contribuições metodológicas de Jesús Martín-Barbero para a redefinição ampliada e mais precisa do campo da Comunicação no Brasil a partir dos anos 1990. A influência do autor foi muito além do desdobramento da área na direção de uma vertente culturalista, política e decolonial, tendo impactado a própria definição epistemológica da Comunicação, ao promover o deslocamento do estudo dos meios de comunicação para os processos de mediação. Este ensaio apresenta um olhar sobre a definição do objeto da Comunicação a partir de sua herança intelectual; também lembra a cronologia do campo apontada pelo autor, com ajustes ao caso brasileiro; e, finalmente, explica seis principais transformações que a influência de Martín-Barbero permitiu à área. Inúmeras outras contribuições podem ser destacadas, mas o enfoque deste ensaio se dá em torno do objeto e de algumas premissas na construção do objeto comunicacional.

Palavras-chave: Comunicação, mediações, objeto; Ciências Sociais, método.

Abstract

The essay highlights six methodological contributions by Jesús Martín-Barbero to the broader and more accurate definition of Communication Studies in Brazil from the 1990s onwards. The author's influence impacted the very epistemological definition of communication, by promoting the shift from the study of the media to the mediation processes. This essay presents a standpoint on the definition of the object of Communication Studies based on Martín-Barbero's intellectual legacy; it also recalls the chronology of the field pointed out by him, considering some adjustments to the Brazilian case; and, finally, it explains six main innovations that the author's work allowed for the area. Numerous other contributions might be highlighted, but the focus of this essay is around the object and some premises in the construction of the communicational object.

Keywords: Communication Studies, mediations, object, Social Sciences, method.

1 Introdução

Um problema em relação às disciplinas acadêmicas é a crença de que elas se configuram em torno de objetos concretos. Um entendimento metodológico mais complexo leva à compreensão de que, na verdade, as disciplinas se conformam em torno de áreas de saber, que são modos historicamente construídos de problematizar a realidade. Elas seriam um olhar particular e se desenvolvem em torno de certos problemas e perguntas. Logo,

os campos gravitariam em torno da construção de objetos teóricos – não empíricos. Este ensaio apresenta uma reflexão sobre a superação desta visão metodológica simplificadora graças ao legado teórico-metodológico de Jesús Martín-Barbero, morto em 12 de junho de 2021 em Cali, na Colômbia (Pesquisador Jesús Martín-Barbero..., Zero Hora, 13/06/2021, online).

Autor incontornável na Comunicação, Martín-Barbero foi objeto, nas últimas décadas, de inúmeros artigos que explicam, de modo detalhado, certos aspectos de sua teoria

ou que os relacionam a outras problemáticas no campo. Destacamos aqui o trabalho definitivo de Lopes (2018a e 2018b), sobretudo quando ela explica o diagrama metodológico de Martín-Barbero (o mapa noturno) e a ruptura epistêmica promovida por ele ao nos permitir passar dos meios às múltiplas mediações culturais que compõem a comunicação. Isto não significa que as mídias tenham sido abandonadas. Significa apenas que o recorte do campo foi ampliado para os processos comunicacionais. As mídias permanecem como importante objeto empírico possível, mas, como diz Couldry (2018), elas se tornaram, para o campo, parte do processo de mediação. O mesmo se pode dizer sobre os estudos de recepção. Gomes (2011, p. 114) já alertava para o fato de a obra de Martín-Barbero não estar simplesmente enfocando as competências do público, os seus usos e apropriações das mídias, mas apostando em um modelo teórico – com o conceito de mediações – que permitia “olhar o processo inteiro”. Segundo Fuentes Navarro (2021), Martín-Barbero contribuiu para o pensamento comunicacional latino-americano superar tanto o funcionalismo norte-americano quanto teorias de dependência do Norte. Para Escosteguy (2018), a filiação de Martín-Barbero aos Estudos Culturais de Birmingham não compromete a pertinência das suas discussões, que não se submeteram jamais à agenda de pesquisa do Norte.

Cada um desses autores, entre tantos outros, ajudou a iluminar parte do pensamento de Martín-Barbero. Não temos a intenção aqui de ser comentaristas mais originais ou definitivas, mas, dada a relevância do autor para a conformação do campo, gostaríamos de acentuar o deslocamento do objeto que Barbero promoveu e, com isso, permitiu rica aproximação com a história a partir da ideia processual das mediações. Segundo Jacks e Schmitz (2018), o eixo temporal é fundamental na obra de Martín-Barbero, pois ele permitiu enxergar que 1) comunicação é processo social; 2) a mídia não é a gênese da cultura de massa, mas produto (p. 118). Essa perspectiva retirou grande parte do peso determinista que dominava os estudos de comunicação.

Nosso objetivo não é acrescentar nada aos especialistas em sua obra, muito menos a pesquisadores e professores de metodologia, mas fazer deste ensaio uma introdução para graduandos e pesquisadores iniciantes. Procuramos contextualizar historicamente o campo e explicar a importância de Martín-Barbero para a atual configuração da área que, hoje, permite uma gama muito mais ampla de objetos de pesquisa do que aquelas relacionadas às habilitações das graduações ligadas à grande área de Comunicação. Esperamos mostrar que o campo atual é muito tributário da revolução epistemológica promovida por Martín-Barbero. Entre uma vasta gama de contribuições do autor, que vão desde o pensamento decolonial às

políticas culturais contra-hegemônicas, este ensaio foca especificamente uma discussão sobre o objeto da Comunicação, posto em perspectiva da história do campo.

2 Tudo é comunicação?

Começamos com um exemplo comparativo de qual seria o objeto da Comunicação. Tanto um comunicólogo quanto um historiador podem, por exemplo, pesquisar um jornal enquanto objeto de análise (e não meramente como fonte empírica), mas os olhares que a ele são direcionados e, em consequência, as perguntas que serão formuladas (já que nenhum objeto existe em essência, sendo sempre produto das perguntas feitas e dos olhares a ele lançados) serão diferentes. Enquanto, para o historiador, questões mais amplas e acopladas à configuração espaço-temporal são privilegiadas na abordagem, o pesquisador da Comunicação estaria interessado nos processos comunicacionais, nos diálogos, nos trânsitos, isto é, no fluxo de produção de sentido, etc. O jornal, neste caso, seria o objeto da pesquisa em toda a processualidade, ou seja, as mediações, no sentido de Martín-Barbero.

Isso significa que, na Comunicação, o jornal funcionaria como texto e contexto. No caso da História, o jornal pode ser texto, mas ele não será nunca o contexto dominante. Logo, o olhar de um e de outro serão diferentes. Enquanto o pesquisador da Comunicação estará interessando nas produções de sentido do qual o objeto jornal fez parte, o historiador estará voltado para a realidade social além do jornal, da qual ele é vestígio que sobreviveu ao tempo. Ou seja, o mesmo objeto empírico “jornal” não pertence ao campo da Comunicação, assim como o “passado” não é propriedade do historiador, o que foi há muito admitido pelos historiadores e de maneira mais visível, mais recentemente, na medida em que criaram uma subárea para tratar da história dominada pelo senso comum, a História Pública. No fundo, qualquer um pode estudar jornais e passados, mas, certamente, o fará segundo perspectivas diferentes, de acordo com o campo científico no qual cada pesquisador está inserido. Alguns diriam que o que os diferencia são seus métodos, mas acreditamos ser mais do que isto. Trata-se de perspectivas diversas, uma vez que os métodos também podem ser compartilhados, não sendo eles a variável que define as fronteiras das ciências. Vejamos outro exemplo.

Suponhamos que este mesmo pesquisador da Comunicação estude não um jornal, mas o jornalismo em si, isto é, as práticas de produção, circulação e consumo de notícias jornalísticas. Então, seu objeto é uma forma específica de comunicação, um gênero na sua dimensão cultural, como diria Gomes (2011), com certo *status* representacional

no sistema de comunicação de um tempo e espaço. O pesquisador provavelmente querará compreender as contribuições desse modo de comunicação singular para a produção dos sentidos sociais. Porém, mesmo o jornalismo não é propriedade de um único campo e pode ser estudado por outras disciplinas.

Vamos supor que aquele historiador de lá de cima também resolva estudar jornalismo. Ele pode querer entender o processo histórico de invenção dessa prática de comunicação. Quando foi criada e por quê? Quais as condições históricas para o surgimento do jornalismo? Até que ponto, genealogicamente, é possível reconhecer um conjunto de práticas como jornalísticas sem perder sua historicidade (Rizzini, 1946; Barbosa, 2007)? Já um antropólogo poderá estudar o jornalismo, por exemplo, como um sistema cultural, realizando experimentos etnográficos. Ele poderá estar em busca de um *ethos* jornalístico.

Do mesmo modo, um sociólogo pode se interessar pelo processo de institucionalização do jornalismo em determinada sociedade e procurar entender os valores que o legitimam. Assim, um comunicólogo também pode investir sua pesquisa dessa perspectiva institucional, mas não pode remover esta instituição do processo de formação dos sentidos em certos contextos de recepção, sob pena de estar fazendo Sociologia, não Comunicação. Ele poderá, inclusive, dar um recorte institucional à sua pesquisa, desde que tenha consciência (isto é, mostre, metodologicamente, saber das implicações desta escolha) do processo comunicacional integral no qual esta instituição se encontra inserida, sem isolar o objeto como um modelo abstrato. Assumindo que esses trânsitos transdisciplinares são próprios do campo da Comunicação e que as fronteiras das pesquisas não são rígidas, não podemos, por outro lado, perder de vista, como diria Braga (2020), a dimensão comunicacional não apenas das “ciências vizinhas”, mas sobretudo dos nossos objetos. Em nosso entender, o fundamento teórico de Martín-Barbero ajuda a localizar e ancorar a comunicação, permitindo que transitemos para além do recorte das mídias.

A rigor, o objeto empírico de todas as Ciências Sociais e Humanas é sempre o mesmo: o ser humano. Por isso, o desenho dos campos em torno de objetos empíricos não se sustenta. É pelo objeto teórico que se dá o recorte. E é preciso lembrar ainda que estas fronteiras se encontram em permanente disputa (cf. Ortiz, 1983; Bourdieu, 2003). Passemos agora a um exercício de imaginação. Qual é o objeto – sempre teórico – da Economia? A relação do homem com a reprodução social, com o mundo material e a geração de riqueza pelo domínio da natureza. Qual o objeto da História? A relação que o homem estabelece com a percepção de tempo (passado, presente e futuro). O objeto da Sociologia? A relação do homem com

a sociedade (instituições, hierarquias, valores, etc.) que ele mesmo produz, claro. Da Antropologia? A relação do homem com a cultura (também que ele produz, óbvio) e assim por diante. E o objeto da Comunicação?

Sob nosso ponto de vista, trata-se da produção de sentido. Trata-se do processo social de passagem do significado (linguagens) ao sentido (realidade social), objeto permanente de disputa. Tudo o que acontece neste entre-lugar – entre linguagens e mundo social – interessa à Comunicação. É esta definição que se encontra em Martín-Barbero (2003, p. 15) e que fica clara na construção do seu conceito de mediação. De um lado, estariam os processos significativos engendrados por linguagens verbais e não verbais, vulgarmente chamados de mídia, de texto, de imagem, etc.; de outro lado, encontra-se a sociedade, isto é, a realidade material que precisa de alguma forma de mediação para poder ser conhecida, produzida e reproduzida. Essa construção de sentido se daria nos atos de comunicação no cotidiano, *em ato*, não no conteúdo: falar ao telefone; clicar num *post* no Twitter; apurar, publicar e circular uma notícia jornalística; repassar uma *fake news* recebida no WhatsApp; ir a um baile *funk*; ler um livro; fazer uma campanha; “maratonar” (*binge watch*) uma série na Netflix; mandar um *e-mail*; fazer uma foto e postá-la no Instagram; fazer um sinal para o ônibus parar; xingar o motorista; usar o Uber; conversar na mesa do bar; realizar um documentário durante um protesto contra a realização da Copa, etc. O sentido será produzido, então, no processo de confronto, no choque entre o texto (conteúdo e forma) e o fora do texto (realidade material, também chamada de sensível).

Certamente, nestes exemplos, há uma incontestável aproximação da comunicação a sistemas de signos, em perspectiva semiótica. Talvez com a diferença de que estamos pensando nesses atos de comunicação de forma integrada (o processo, a mediação), não como sistemas de ação isolada de significação, e como atos que estão acontecendo coletivamente, não interessando, portanto, questões individuais. Por exemplo, não é possível pensar no golpe de 2016 sem levar em consideração o conjunto de atos de compartilhamento de *fake news*. Aqueles atos deram sentido simultaneamente tanto às *fake news* quanto ao próprio WhatsApp quanto às coisas às quais as *fake news* se referiam e mesmo às pessoas que as compartilharam, às que não as compartilharam e até à política e à democracia. A produção de sentido seria o processo social definidor do lugar teórico reflexivo da Comunicação.

Nesse aspecto, a proposta de Martín-Barbero de observar usos e apropriações das mídias, isto é, das competências do público, tornou-se indispensável para o pesquisador que deseja analisar os processos comunicacionais. Com Martín-Barbero, o antigo polo da recepção ganha outro

status e é de fato integrado ao processo. Não basta mais ficar no plano das intenções, das motivações dos emissores, sem incorporar o plano dos efeitos na sociedade. Não é possível, já há algumas décadas, limitar-se a pensar as ações de grandes empresas de comunicação no sentido de controlar as massas. Se é para pensar em termos de intencionalidades, que sejam compreendidas como repertórios culturais, como aparatos perceptivos, ou seja, interpretativos, sabendo que, individualmente, não se produz sentido, apenas socialmente. O indivíduo produz, no máximo, significado. Mas a Comunicação é uma Ciência Social, não individual. Isto é, seu objeto precisa se referir a problemas de natureza coletiva inscritos na sociedade. A Comunicação – Social – é para entender a sociedade, tendo vocação para a grande ciência do século XXI.

3 Trajetórias do campo

Pesquisando a formação do campo da Comunicação no Brasil, encontram-se cronologias bastante diferentes e imprecisas. Neste subitem, usamos exclusivamente a explicação de Martín-Barbero para a América Latina, mas a temporalidade por ele apresentada não coincide integralmente com as experiências nas diferentes regiões da América Latina e pode até mesmo variar muito de estado para estado dentro do Brasil. Por exemplo, a semiótica, da qual falamos acima, talvez tenha sido o paradigma que mais permitiu ampliar a visão sobre comunicação antes mesmo de Martín-Barbero, mas ela perdeu espaço, por exemplo, no Rio de Janeiro, onde a filosofia e teorias do discurso foram mais prevalentes. Isto é, o campo não é homogêneo, havendo diferentes tradições de linhagens teóricas em diferentes estados e universidades. Porém, em linhas gerais, podemos traçar duas grandes diferenças entre o Brasil (e a América Latina) e o mundo anglo-saxão.

O que há em comum é que todo o campo da Comunicação, no Brasil e no mundo, formou-se no século XX em torno dos estudos dos meios de comunicação de massa. Essa vertente ficou conhecida, no plano internacional, como *Communication Studies*. Porém, no Brasil e na América Latina, o que entendemos por Comunicação superou em muito a visão do mundo anglo-saxão, graças à revolução promovida por Martín-Barbero, precedido de outros autores fundamentais que prepararam o terreno para essa virada culturalista na América Latina, por exemplo García Canclini (1997). Em resumo, Martín Barbero implodiu a ideia de que a Comunicação se desenha em torno do estudo dos meios de comunicação chamados de “veículos de comunicação” e mais recentemente de mídias. No cenário anglo-saxão, o campo foi dividido entre *Communication Studies* e *Media Studies*. No Brasil, não

se estabeleceu essa diferença, sendo as duas abordagens uma só área, justamente por causa da influência de Martín-Barbero e de outros autores nacionais como Muniz Sodré.

Um segundo eixo de formação do campo, muito *grosso modo*, relacionou-se com o mercado de trabalho. É preciso reconhecer que campo acadêmico nada tem a ver com campo profissional. No mercado de comunicação, as profissões começaram a se consolidar na virada no século XIX para o XX, isto é, pessoas sendo pagas para serem jornalistas, publicitárias, relações públicas, para produzirem filmes, etc. A institucionalização de boa parte dessas profissões pode ter sido ajudada pelas formações acadêmicas, mas, a rigor, há especificidades que devem ser consideradas.

Disciplina científica se forma por construção de área de conhecimento. No Brasil, por vezes isto se confunde com a atividade profissional, ao se tentar espelhar, nas universidades, um mapa das profissões, fragmentando a formação em habilitações. Em todo o mundo, a formação acadêmica não possui relação direta com o tipo de trabalho remunerado que a pessoa exerce para sobreviver. Na Europa, as profissões são importantíssimos traços de definição identitária do trabalhador, desde pelo menos o tempo das guildas e dos rituais de iniciação com artesãos mais velhos (*apprenticeship*) aos quais o aprendiz estava submetido desde criança. Porém, parece pouco evidente que a lógica identitária, embora fortíssima, tenha sido transplantada para as universidades e para a formação acadêmica. Mesmo nos Estados Unidos, a formação acadêmica não coincide *stricto sensu* com a identidade profissional e, graças a um falso cognato (*professionalism* ou *professional*), os brasileiros leem os autores norte-americanos e pensam que eles estão falando de profissão, quando querem dizer “industrial”. É preciso lembrar que os teóricos norte-americanos costumam neutralizar, no pensamento social, qualquer traço de marxismo, optando por chamar o jornalismo de “profissional” em vez de “industrial”, quando referido às grandes empresas de comunicação.

Quando redirecionamos este pensamento para os problemas científicos, observamos que Martín-Barbero mostrou que havia uma espécie de “Tratado de Tordesilhas” no mapa teórico-metodológico da Comunicação na América Latina até os anos 1980 (mas podemos alargar temporalmente este recorte até os anos 1990), no que se referia ao domínio colonial. De um lado, teorias da linguagem, derivadas sobretudo da Teoria Crítica da Sociedade, representavam o velho domínio intelectual da Europa sobre a América Latina. De outro lado, teorias funcionalistas norte-americanas, pendendo para o lado de um novo colonialismo intelectual sobre a América Latina. Estas

últimas eram teorias bastante influenciadas pelas teorias de Durkheim e entendiam que os meios de comunicação deveriam exercer certas funções sociais e funcionar de determinadas maneiras. Se funcionassem errado, a sociedade correria o risco de anomia, de dano à democracia, etc. Tratava-se de pesquisas instrumentais, voltadas para fins bem definidos: pesquisas de opinião, dos efeitos, etc., quase sempre direcionadas tanto para o mercado, como aplicações no *marketing*, em Relações Públicas, na publicidade, quanto para campanhas eleitorais. Elas tinham como premissa a possibilidade de manipulação das massas e se baseavam na noção de informação, uma espécie de unidade autônoma de sentido¹.

A ideia de que existe uma unidade de alguma coisa chamada informação fazia os pesquisadores acreditarem que não só ela podia ser neutra, quanto podia ser isolada da forma (narrativa, discurso, imagem), isto é, da estética: divórcio impensável em uma perspectiva linguística ou semiótica. O paradigma dos efeitos e toda a sua evolução ao longo do século XX, mostra Sodré (2014, p. 70), buscava “identificar as condi es estruturais e os mecanismos cognitivos capazes de explicar em que circunstâncias as mensagens podem afetar as opiniões e crenças do público”. Assim, as teorias da Lasswell e suas metáforas perfurantes de balas e agulhas procuravam mostrar a instantaneidade dos efeitos persuasivos das mensagens que atingiriam o alvo, isto  , a massa entendida como agrupamento heterog neo, amalgamada pela condi o de indivíduos atomizados. Sodré enfatiza, ainda, que Lasswell, aproveitando-se da prática jornalística, define o ato de comunica o pela fórmula behaviorista (Que diz o quê? Em que canal? A quem? Com que efeito?), transformando-a em método de pesquisa (Sodré, 2014, p. 70-71). Toda essa lógica seria colocada em xeque p s-Barbero.

Para os funcionalistas, a informa o, entendida como pura, era capaz de circular e as pessoas formariam suas próprias opiniões livremente (fundamento do mito da democracia norte-americana). A publicidade também servia para passar informa es úteis do cotidiano ao público, melhorando suas vidas e, inclusive, promovendo uma pedagogia de hábitos, costumes e práticas de consumo.

  preciso salientar a não prevalência destas teorias no Brasil. O ensino de Comunica o foi fundamentalmente baseado na Teoria Crítica da Sociedade até pelo menos os

anos 1990. E mesmo quando pegava emprestadas outras teorias, elas eram frequentemente atravessadas pelo olhar do materialismo histórico. Depois disso, o campo ainda receberia a “prote o” de Martín-Barbero, sofrendo aparentemente menos impacto funcionalista do que a tradi o anglo-saxã.

Somente na década de 1990 começamos a observar autores funcionalistas tangencialmente em Sociologia da Comunica o, mas isto não significa que não tenha havido certa contamina o geral do campo em teorias que associam, por exemplo, a democracia   liberdade de imprensa, como se os jornais fossem representantes do povo ou parte do estado, como uma espécie de poder moderador ou *watchdog*. Esse tipo de perspectiva sobrevive em tentativas de formular teorias normativas. Basicamente, elas consistem na elabora o de modelos abstratos para, em seguida, detectar um funcionamento anormal em uma prática jornalística, por exemplo, e recomendar que as organiza es ajustem suas práticas a esse ideário. A universidade, portanto, não estaria livre de práticas que procuram ditar como devem funcionar os objetos que ela investiga:

Temos que nos perguntar seriamente em que medida o ensino da comunica o em nossas faculdades não está contribuindo para fomentar um novo tipo de monopólio da informa o tão nefasto quanto o que concentra a propriedade dos meios em algumas poucas empresas, ao contribuir para concentrar o direito da palavra pública nas mãos de especialistas em comunica o, isto  , ao converter um direito de todos em profissão de uns poucos (Martín-Barbero, 2004, p. 214).

Mas este comportamento difere do que foi adotado, ao longo dos anos 1970/80, tomando como prevalência a perspectiva marxista. Como explica Martín-Barbero (2004), o grande totem das pesquisas até aquele momento era a ideologia. Então bastava detectar que certo jornal produzia um discurso ideológico e estava feita a pesquisa confirmatória. Assim, era comum que as pesquisas funcionassem como plataformas para denunciar as ideologias das grandes empresas de comunica o. A “média que manipula” funcionava como uma espécie de versão acadêmica para o “homem do saco”, uma entidade imaginária que assustava as pessoas que estavam comprometidas com a ciência. A manipula o, por parte da m dia, estava longe de ser premissa, e foi preciso superar essas pesquisas confirmatórias que basicamente sempre faziam as mesmas perguntas. Foi uma época clássica na qual a reprodu o de métodos, perguntas e objetos começava a dar sempre o mesmo resultado, mas o campo se negava a adotar esses resultados como premissa. Este cenário mudaria com

¹ Sodré, ao fazer uma análise crítica destes movimentos, mostra que nos Estados Unidos, desde a época posterior   Segunda Guerra Mundial, todo este aparato foi descrito como “comunica o de massa” e atrelado a ele a predominância do paradigma dos efeitos. Enfatiza, ainda, que, enquanto as demandas de conhecimento de natureza sociológica, antropológica ou psicológica provinham de organismos ligados ao Estado ou ao campo acad mico, o saber comunicacional sempre foi priorizado pelo mercado (Sodré, 2014, p. 64-65).

o novo enfoque mais otimista que observava os modos como a audiência produzia sentido.

Martín-Barbero (2004) vai dizer que, a partir dos anos 1980, o campo da Comunicação sofre o impacto das reflexões acerca da globalização. A rigor, no Brasil isto só ocorre na década de 1990. Estas problematizações foram mais intensas na América espanhola. Foi na década de 1990 também que o campo passou a investir mais na pesquisa empírica, ampliando sua aproximação com as chamadas Ciências Sociais. Segundo Martín-Barbero, foi naquela década que a Comunicação foi classificada dessa forma, porém como “Aplicada” (no Brasil, código 60900008), isto é, entendida de maneira instrumental, já com a influência funcionalista. Esse movimento trouxe vantagens e desvantagens.

A vantagem foi que a área deu um salto em termos de cientificidade, superando o viés especulativo. A desvantagem foi que perdeu em criticidade, que seria em parte recuperada (com a ressalva contra a vertente celebratória apontada por Martín-Barbero) logo em seguida com a chamada virada culturalista, incluindo um diálogo transdisciplinar com a Antropologia e a História. É nesse contexto que Martín-Barbero publica, em 1987, *Dos meios às mediações*, resgatando o popular das entranhas do massivo, superando a polarização entre romantismo e frankfurtianos.

Até aquele momento, os estudantes recebiam, no Brasil, formação estética, fenomenológica, de teoria da imagem, e de teoria e filosofia do discurso. A influência de Foucault estava no auge. A Análise do Discurso clássica, principal forma de pesquisa empírica, dava sinais de impopularidade. Havia, porém, um movimento de alguns pesquisadores partirem para a empiria de cunho sociológico. Esse esforço, porém, só seria visível na década seguinte, com o *boom* das pós-graduações e a demanda a elas associada de produção, quadro que provocou reação imediata de boa parte dos professores da área, que não viam com bons olhos esse novo estágio de distinção acadêmica em relação aos colegas, agora pesquisadores, e da implantação de uma lógica competitiva que alcançou as universidades. Como diz Martín-Barbero (2004, p. 246), em referência aos anos 1980 (de novo, marcaríamos como um movimento mais tardio, nos anos 1990), parte dos professores acreditava que resistir ao jogo capitalista era se manter improdutivo.

Em resumo, o campo se amplia na virada do século XXI por esses motivos elencados e, também, pelas profundas transformações epistemológicas que o livro revolucionário de Martín-Barbero iluminou e autorizou. Novos problemas e novos objetos se multiplicaram. Quando morreu, em 12 de junho de 2021, vítima da COVID-19 em Cali, este intelectual da segunda geração dos culturalistas havia

transformado completamente o campo da Comunicação, permitindo análises de objetos empíricos antes impensáveis e ampliando o objeto teórico para toda a dimensão comunicacional dos processos sociais.

4 O estatuto intelectual da Comunicação

Assumindo que ainda hoje sofremos de um fetiche intelectual, é preciso reconhecer que esse lugar acadêmico, ainda que elitista, permite ao pesquisador trabalhar como analista da sociedade, tarefa para a qual é pago – a maioria de nós (mais de 95% da pesquisa realizada no Brasil) com dinheiro público (pesquisa CAPES encomendada à Clarivate Analytics, 2019, com dados até 2016). No tempo de Martín-Barbero, o comunicólogo, termo pejorativo para alguns, era confinado a uma razão instrumental, referendada na lógica das habilitações da qual falamos. Se ele quisesse reivindicar algum trabalho de pensamento, precisava fazê-lo pegando emprestado o *status* da Filosofia. O que a obra de Martín-Barbero fez, mais bem descrito em *Ofício de cartógrafo*, foi autorizar o comunicólogo a explicar a sociedade, como qualquer outro cientista social, a partir de suas próprias bases de conhecimento.

Apenas se começa a assumir a comunicação como espaço estratégico de criação e apropriação cultural, de ativação da competência e da experiência criativa das pessoas, e de reconhecimento das diferenças, ou seja, do que culturalmente fazem os outros, as outras classes, as outras etnias, os outros povos, as outras gerações (Martín-Barbero, 2004, p. 227).

Em vez de um especialista em mídia, o comunicólogo passava, agora, a estudar quaisquer processos de mediação. Pragmaticamente, a teoria de Martín-Barbero legitimou um gigantesco universo de objetos que antes sofriam – e ainda sofrem – preconceito. O exemplo máximo disso foram os olhares lançados às telenovelas, preconceito tão bem explicado pelo próprio autor e por Lopes (2018b), ao lembrar do “calafrio epistemológico” de Martín-Barbero. Também não se falava de cinema hollywoodiano. Só de cinema-arte. Festas, feiras, *shoppings*, ruas, carnaval, corpos, felicidade, medo, ódio, asco, *funk*, grafite, tatuagem, futebol, feiras, comida, bares, influenciadores digitais, *games*, *cinemagoing*, memes, narrativas transmidiáticas, *spoiler*, movimentos sociais – nenhum desses objetos, hoje comuns, poderia ser estudado na Comunicação sem a revolução de Martín-Barbero e da virada cultural, ou porque não se reconhecia neles a contingência de um

dispositivo tecnológico, ou porque eles se encontravam no polo execrado da recepção.

Sobretudo para os intelectuais apocalípticos, acostumados a denunciar a manipulação da mídia, a audiência era, na melhor das hipóteses, passiva; quando não, simplesmente ignorante, alienada, portanto, carente da magnanimidade da classe intelectual que a ilustrasse e que, preferencialmente, a conduzisse, como intelectuais de vanguarda, à revolução socialista (Gramsci, 1968). Além disso, assim como ocorria com a comunicação de massa, estes objetos teriam sofrido preconceito, como tudo o que fosse popular. Seriam simplesmente impensáveis. Teria lhes faltado dignidade como objeto.

Hoje, o que permite que todos esses objetos não contidos em um “veículo de comunicação” sejam estudados na Comunicação é, justamente, sua dimensão comunicacional, recorte teórico que deve ser operado pelo olhar do pesquisador.

Ao superarmos o recorte midiático, passamos a enxergar esses objetos como mediadores de relações de significação, pretextos para sociabilidades e, ao mesmo tempo, arenas para as lutas de produção de sentido. No entanto, esta ampliação não tornou mais fácil o trabalho do pesquisador. Mais do que nunca, o rigor metodológico é indispensável para seguir a trilha do processo comunicacional em cada um desses objetos. Em uma feliz expressão, ao enfatizar que seria necessário aos estudos da área “desentranhar o comunicacional”, José Luiz Braga também destaca a necessidade de “esquadrinhar para os nossos objetos os ângulos que forneçam o desentranhamento da comunicação de sua posição subsumida a outros fenômenos” (Braga, 2020, p. 105).

Feito este introito necessário, apresentamos aquelas que consideramos as principais contribuições de Martín-Barbero na constituição do campo e objeto da Comunicação a partir da herança intelectual do autor e da verdadeira “revolução copernicana” que realizou na área. Esses seis pontos foram sistematizados, sobretudo, a partir de suas contribuições em duas obras: *Ofício de cartógrafo* (original de 2002) e *Dos meios às mediações* (original de 1987):

a) Cotidiano – objetos indignos

A comunicação está no cotidiano, não em momentos solenes. Não reservamos nossa condição comunicacional para certas ocasiões, então não haveria por que não estudar novos objetos. Não saímos desta condição comunicacional em nenhum instante, assim como não saímos da história. Então por que só estudar jornal, campanha eleitoral e Glauber Rocha, em vez de o Programa do Ratinho, as conversas na feira ou uma *fanpage* no Facebook? Não há objetos nobres. O que há são perguntas

mal formuladas. Martín-Barbero, aliás, estudou o programa policial brasileiro de Gil Gomes em *Dos meios às mediações*.

Referindo-se à estética popular, mostrando a bipolarização da cultura, que continuava dando voz aos dominantes, e adotando a visão de circularidade da cultura, tão cara a Bakhtin (1987), Martín-Barbero trouxe para o debate e para o olhar dos pesquisadores o mundo das práticas, o mundo da vida, a vida comum, o homem ordinário. Usando a teoria de Certeau (1995), na sua obra *A cultura no plural*, enfatizava as táticas sorrateiras que emergem dos gestos plurais existentes no cotidiano, olhando o mundo dos dominados na sua cotidianidade criativa em práticas de vidas e para as quais a emergência da reinvenção é, muitas vezes, signo de sobrevivência – reinvenções em atos cotidianos, atos comunicacionais. Deixando Martín-Barbero falar e exemplificar, temos a dimensão do mundo da vida presente na sua revolucionária teoria da comunicação:

É a prática das populações do Nordeste brasileiro introduzida no discurso religioso, astutamente, fatos da vida, da atualidade, o que converte a narração do milagre do santo em uma forma de protesto contra a inalterabilidade da ordem, que deixa assim de ser da ordem da natureza e se torna história. São os modos de ler-ouvir das pessoas não-letradas interrompendo a lógica do texto e refazendo-a em função da situação e das expectativas do grupo (Martín-Barbero, 2003, p. 126-127).

b) Recepção: usos e apropriações ou simplesmente “mediações”?

Uma das mais importantes contribuições de Martín-Barbero refere-se à transformação que os seus conceitos produziram, ainda no início da década de 1990, nos estudos de recepção. Poderíamos citar diversos autores que, já naquela década, realizaram estudos nos diversos programas de pós-graduação em Comunicação do Brasil e que consideraram os usos e apropriações dos receptores em novas bases. Mas este trabalho cuidadoso já foi apresentado por Nilda Jacks, no livro *Meios e audiências: a emergência dos estudos de recepção no Brasil* (2008)².

² No livro, as autoras têm a preocupação, utilizando-se de uma metodologia rigorosa, de, em cada um dos trabalhos analisados, identificar muitos avanços e, entre eles, o uso do modelo das mediações proposto por Barbero, ao mesmo tempo que também apontam problemas. Entre eles, a ausência de diálogo com os trabalhos já realizados sobre a mesma temática, revelando uma tendência antiga nos estudos de Comunicação de não estabelecer vínculos com produções realizadas anteriormente. Como neste ensaio, a preocupação não foi, evidentemente, esgotar um assunto tão complexo, querendo apenas fornecer algumas impressões como viajantes deste mesmo

A partir da análise de 49 teses e dissertações defendidas naquela década, tendo como centro reflexivo a recepção, mostra que as pesquisas deixam em evidência as múltiplas articulações dos processos comunicacionais, enfatizando a não passividade do receptor, profundamente diferente do receptor homogêneo que era apresentado anteriormente. Segunda as autoras, o novo que emerge desses estudos tem um nome: “mediação”.

Portanto, parecem claras, neste momento das pesquisas em Comunicação no Brasil, sobretudo aquelas que se voltam para o receptor, as recomendações explícitas de Martín-Barbero (2003, p. 290-297). Para ele, não seria possível sair da armadilha da passividade do receptor, colocado como mero efeito, sem uma dupla operação que consistia 1) no deslocamento do olhar da Comunicação para o âmbito da cultura; 2) na redefinição mesma do que fosse “cultura” sob a ótica do “popular”. O que Martín-Barbero propôs foi pensar a recepção a partir dos usos e apropriações populares de mensagens, objetos de consumo e serviços.

Portanto, a perspectiva culturalista nos lembrou que o receptor também pensa e age sobre os objetos, sendo capaz de criticar as mensagens recebidas, não necessariamente pelo modo linguístico, mas fazendo novos usos.

É preciso fazer a ressalva de que parte desta perspectiva resvalou, algumas vezes, pelo menos a partir do primeiro impacto de Martín-Barbero nos anos 1990, em um otimismo que hiperdimensionou a autonomia do público, como se sua capacidade de luta não se desse em condições profundamente desiguais. Ou seja, dizer que o público também produz sentidos não elimina o fato de ele operar táticas e estratégias de comunicação em sistemas de comunicação que não o favorecem. Portanto, o olhar da Comunicação também teve que levar em conta esses outros territórios sensíveis nos quais as lutas sejam mais favoráveis ao povo. Mas este dado não elimina o fato de que há lutas. Não há território social livre delas.

Gramática das ações: Uma coisa é a significação da mensagem e outra, aquilo que alude à pragmática quando faz a pergunta sobre o sentido que tem, para o receptor, a

_____ mundo de pesquisadores da Comunicação, como testemunhas de uma época. Assim, as tramas das nossas memórias, submetidas, evidentemente, às inflexões do presente e aos complexos trabalhos de esquecimento, fazem com que se omitam muitas pesquisas, autores, reflexões e articulações teóricas. Também optamos por não ofuscar o pensamento do autor síntese da nossa reflexão com as obras de seus intérpretes, e podemos ter cometido alguns deslizes, decorrentes desta opção. Pedimos desculpas antecipadas pelas omissões e, por vezes, pelas conclusões (apressadas, podem dizer alguns) que produzimos neste texto, que é mais da ordem do singelo do que das grandes reflexões analíticas.

ação de ouvir rádio ou de ver televisão (Martín-Barbero, 2003, p. 19).

É no polo da recepção que é possível observar os conflitos e as contradições históricas que se revelam e se operacionalizam pelos processos de comunicação, e nos permitir enxergar isto foi uma das grandes contribuições trazidas por Martín-Barbero.

c) Decolonialismo – olhar latino, do “receptáculo” da cultura

Este aspecto tem profunda relação epistemológica com a questão da recepção e inaugura, de certa forma, o olhar decolonialista, como derivativo geopolítico dos Estudos Culturais, lembrando que outros autores latino-americanos já faziam isso. Segundo a lógica que imperava, a América Latina era vista como receptáculo de conteúdos culturais – inclusive acadêmicos – da Europa e dos Estados Unidos. Sua Indústria Cultural seria simples imitação do Império. A preocupação com o popular já vigorava em boa parte da produção acadêmica na Europa e nos Estados Unidos há algumas décadas. Mas se questionava o território latino-americano como um grande receptor, como sensivelmente percebeu Martín-Barbero, que era imigrante na Colômbia. Era preciso olhar para as questões que de fato importavam para o continente. Martín-Barbero percebeu isso ao atravessar o Atlântico em direção ao Novo Mundo e se deparou com nada que um europeu, ainda que ibérico, pudesse identificar como os problemas europeus acerca da Indústria Cultural. Aqui o antagonismo a uma cultura erudita era, mais do que impertinente, a própria fonte do colonialismo, enquanto a cultura de massa era justamente onde a cultura popular se manifestava em suas formas mais potentes. Como era possível que os intelectuais da América Latina ignorassem a centralidade, por exemplo, da telenovela na cultura popular latino-americana (Martín-Barbero, 1992; Martín-Barbero e Rey, 1999)?

Outro impacto importante foi perceber como a mestiçagem cultural correlacionava o rural e o urbano, o popular e o massivo, o nativo e o europeu, arte e artesanato. Quando Martín-Barbero chega à Colômbia e se depara com uma elite colonial que curiosamente se vê como branca, parece-lhe ainda mais absurdo buscar uma “pureza” cultural de matriz europeia, operando metodologicamente com um mapa colonial na cabeça. O que ele defende, portanto, é observar a modernidade latino-americana em seus próprios termos, isto é, dotada de modos de comunicação profundamente oral e popular. Inclusive ele usa Walter Ong para falar em oralidade secundária e também presta reverência à circularidade da cultura de Bakhtin, que pensava nestes termos desde os anos 1930.

d) História – uma perspectiva de longa duração

A dimensão temporal da comunicação aparece na obra de Martín-Barbero no conceito de matriz cultural, que permite pensar a sobrevivência de práticas populares não de modo arqueológico, como algo residual ou morto, mas como pilar da Indústria Cultural. Ou seja, o sucesso de um produto de massa não representaria a supereficácia maquiavélica da Indústria Cultural, mas seria fruto, em parte, do repertório popular no qual se ancora. Em resumo, Martín-Barbero defendeu que o popular vive também no massivo.

A longa duração revela-se, então, na perspectiva de Martín-Barbero, no conceito de matriz cultural, percebido sempre na dimensão da sua historicidade. As permanências que resistem no tempo longo, observável nas pertinências de um imaginário, como enfatiza Vovelle (1987), ganham relevo para explicar as permanências na história, em um movimento que aciona as ondas nas brumas que trazem a efervescência do acontecimento-ruptura, mas que, ao mesmo tempo, considera a serenidade dos processos que permanecem como matrizes históricas das mediações.

Usando não apenas autores caros a esta concepção de história, mas também enunciando os “longos processos” que instauram temporalidades peculiares reconhecidas nas complexas questões que Martín-Barbero identifica nas matrizes populares do massivo, faz, assim, do tempo longo eixo central de suas reflexões. Os estudos de Comunicação, na perspectiva de Martín-Barbero, consideram a questão das múltiplas temporalidades acionando processos localizados não apenas no presente, fugindo do tempo breve, perspectiva dominante nos estudos de Comunicação. Para que seja decolonial, seu tempo é não linear, ou seja, não acompanha uma temporalidade que governou a lógica evolucionista que ajudou a justificar o colonialismo. Em Martín-Barbero, as modernidades são múltiplas porque os processos históricos, assim como os fenômenos comunicacionais, são singulares. O que ocorre na América Latina não é um arremedo piorado e atrasado dos processos históricos europeus. Ao introduzir as matrizes culturais, o autor permitiu que pensássemos em continuidades com as metrópoles, mas também nas vinculações com nossas profundas raízes originais americanas.

e) O popular – nem *folk* nem *volk*

Segundo Martín-Barbero (2004), a interpretação que os frankfurtianos deram ao impacto da industrialização da cultura, pelo seu caráter mercadológico e pela sua formulação tecnológica, logo ideológica, baseava-se em duas linhas de pensamento oriundas dos séculos precedentes.

Vinha, de um lado, dos iluministas (séculos XVII e XVIII), da ideia de uma razão instrumental, de uma ação racional que acreditava que o Estado precisava do povo, pois era ele que lhe dava legitimidade, para justificar a invenção do Estado, mas não poderia deixar o povo participar muito, pois ele era ignorante. Tratava-se de uma visão aristocrática que acreditava que deveria haver uma elite dirigente, ideia esta longe de ser antipática aos intelectuais.

Do mesmo modo, os frankfurtianos acreditavam que o povo era manipulado pela Indústria Cultural, que vendia produtos direcionados a ele disfarçados de cultura, e aí estaria a operação ideológica. De outro lado, o pessimismo frankfurtiano derivava do Romantismo (XVIII-XIX), uma reação ao Iluminismo que cunhou o conceito de folclore (cultura popular que mataram e colocam em museu, espécie de taxidermia cultural) e fundou uma idolatria de tudo o que era popular como o lugar da inocência.

Vinha dali a crença de que a cultura popular portava a alma de um povo e que a Indústria Cultural destruiu essa autenticidade. É claro que os frankfurtianos sabiam que havia algo de popular na Indústria Cultural, mas foram os Estudos Culturais que inverteram esta percepção, vendo-o como potência, não como degradação; afinal, o que estava em jogo era uma perspectiva essencialista de cultura. Como os culturalistas sabiam que a cultura não é estática, não fazia diferença. A Indústria Cultural era apenas um novo território de disputas. Para Martín-Barbero, a dissidência que, na Europa, era entendida como contracultura (Maio de 68, por exemplo) não poderia ser pensada nos mesmos termos na América Latina, onde ele via que a resistência estava dentro da própria cultura de massa, tanto como produto quanto nos seus usos e apropriações, e nos movimentos sociais, com sua sagacidade, suas táticas, sua criatividade. Com os Estudos Culturais, o ruído não é o que deve ser evitado. Ele é o próprio milagre da transformação social.

Este duplo entendimento sobre o povo (*volk* e *folk*) era especialmente dramático para os frankfurtianos, pois eles também ajudaram a “massificar” o povo em sua teoria, mantendo a mesma perspectiva dos iluministas, apenas virando a chave libertadora. Daí o desespero ao ver essas massas, que na concepção deles deveriam estar sendo alcançadas pelo seu trabalho de desconstrução ideológica, ser capturadas pela Indústria Cultural. Ou seja, a Indústria Cultural não inventou a massa, e, nela, o povo estava prefigurado. A massa estava contemplada, portanto, nessas duas vertentes que descrevemos: iluministas e marxistas. Ela foi uma ideia que permitiu e consolidou o próprio capitalismo. Não havia sociedade de massa sem massa, e a massa não foi inventada pela Indústria Cultural sem a convivência do sistema integral de reprodução social, isto é, ela é parte da própria modernidade ocidental (capitalismo).

f) Mediações – práticas e sujeitos

Antes de funcionarem como instrumentos da Indústria Cultural que imporiam ao público certas mensagens, alienando-o da cultura popular, para Martín-Barbero, os meios de comunicação funcionariam como mediadores da cultura popular, isto é, eles seriam interpelados pelo popular. Com isso, Martín-Barbero implodiu esta polaridade, permitindo aos pesquisadores pensar em longos processos culturais dos quais a mídia é apenas um dos elementos. Mais do que isto, os mediadores culturais não são apenas mídias, isto é, instituições, mas também pessoas. A proposta é pensar a comunicação a partir da cultura, mas isto teve impactos além da linha culturalista. Na verdade, essas mediações propostas por Martín-Barbero vão além da questão cultural *stricto sensu*, assumindo pelo menos seis eixos. Ele desdobra as seguintes formas de mediação: sociabilidade (cotidiano, formas de interações), institucionalidade (meios empregados para a produção dos discursos), ritualidade (usos e apropriações), tecnicidade (novas práticas por linguagens técnicas), identidade (lugares táticos de ação) e cognitividade (aparelho sensorial). É evidente que o pesquisador não precisa dar conta de todas essas dimensões, devendo fazer um recorte para construir seu objeto, mas precisa lembrar que a comunicação envolve todas essas mediações.

5 Considerações finais

Encerrando o ensaio, podemos resumir que a contribuição de Martín-Barbero para a Comunicação foi muito além de fornecer uma guinada culturalista. O impacto de sua obra foi responsável pela implosão do recorte dos objetos em torno de mídias isoladas, até então pensadas não de modo integrado, processual, como mediadores sociais-culturais-tecnológicos-institucionais-políticos-sensoriais. Boa parte dos objetos que hoje são investigados na Comunicação – e que certamente demandaram maior diversidade de métodos e maior rigor – não seria possível sem que o campo tivesse sido varrido por este furacão. Seu conceito de mediação permitiu enxergar a comunicação neste entrelugar que não se resolve nem na linguagem nem na dinâmica social, mas na sua mútua interpelação. Uma série de outros diálogos interdisciplinares – tais como a visão processual da História, a visão dinâmica da Antropologia, por exemplo – não teriam sido possíveis sem que Martín-Barbero tivesse rasgado as contingências midiáticas de nossos objetos. Ainda que um pesquisador realize um recorte, que faça a opção por uma mídia ou por uma dimensão dos seis tipos de mediação descritos acima, ele precisa ter em mente que a comunicação não é apenas

isso. É isso também. Mas que o processo de produção de sentido no mundo social é integral e cotidiano, como a própria experiência histórica. Não se pode sair da história, assim como não se pode sair da cultura, assim como não se pode sair da comunicação. Nesse sentido, Martín-Barbero deu uma grande contribuição para que entendamos a comunicação como uma condição humana, o que permitiu criar um campo científico, não um conjunto de saberes acessórios e instrumentais para algum outros saberes, estes, sim, científicos (Sociologia, História, Antropologia, Economia, etc.). A superação da visão “midiática” de comunicação permitiu à Comunicação pensar a sociedade.

Referências

- BAKHTIN, M. 1987. *A Cultura Popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais*. São Paulo, Hucitec; Brasília, Universidade de Brasília.
- BARBOSA, M. 2007. *História cultural da imprensa (1900-2000)*. Rio de Janeiro, MauadX.
- BOURDIEU, P. 2003. *Os usos sociais da ciência*. São Paulo, UNESP.
- BRAGA, J. L. 2020. Teorias intermediárias: uma estratégia para o conhecimento comunicacional. *Matrizes*, São Paulo, **14**(2):101-117, maio/ago. DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v14i2p101-117>
- CANCLINI, N. G. 1997. *Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo, EDUSP.
- CERTEAU, M. 1995. *A cultura no plural*. Campinas, Papirus.
- CLARIVATE ANALYTICS. 2019. Research in Brazil: A report for CAPES 2019. Disponível em: <https://observatoriodoconhecimento.org.br/wp-content/uploads/2019/04/04-Research-in-Brazil.pdf>
- COULDRY, N. 2018. Descobrimo a contínua realidade das mediações, ou redescobrimo a história de nosso campo de investigação. *MATRIZES*, **12**(1):35-38. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v12i1p35-38>
- ESCOSTEGUY, A. C. D. 2018. Estudos culturais latino-americanos e Jesús Martín-Barbero: mais afinidades do que disputas. *MATRIZES*, **12**(1):99-113. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v12i1p99-113>
- FUENTES NAVARRO, R. 2021. Communication Research in Latin America: Will the “Nocturnal Map” Survive or Fade Away? *History of Media Studies*, 1:1-7. <https://doi.org/10.32376/d895a0ea.a5f7f735>
- GOMES, I. M. M. 2011. Gênero televisivo como categoria cultural: um lugar no centro do mapa das mediações de Jesús Martín-Barbero. *Revista FAMECOS*, **18**(1):111-130. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2011.1.8801>
- GRAMSCI, A. 1968. *Os intelectuais e a organização da cultura*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira.
- JACKS, N.; SCHMITZ, D. 2018. Os meios em Martín-Barbero: antes e depois das mediações. *MATRIZES*, **12**(1):115-130. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v12i1p115-130>
- JACKS, Nilda (coord.); MENEZES, Daiane; PIEDRAS, Elisa. 2008. *Meios e audiências: a emergência dos estudos de recepção no Brasil*. Porto Alegre, Sulina.

- LOPES, M. I. V. de. 2018b. A teoria barberiana da comunicação. *MATRIZES*, **12**(1):39-63. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v12i1p39-63>
- LOPES, M. I. V. 2018a. Jesús Martín-Barbero e os mapas essenciais para compreender a comunicação. *Intexto*, Porto Alegre, 43: 14-23, set./dez. <http://dx.doi.org/10.19132/1807-8583201843.14-23>
- MARTÍN-BARBERO, J. 2003. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro, Editora UFRJ.
- MARTÍN-BARBERO, J. 2004. *Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. São Paulo, Edições Loyola.
- MARTÍN-BARBERO, J. 2009. Uma aventura epistemológica. *MATRIZES*, **2**(2):143-162. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v2i2p143-162>
- MARTÍN-BARBERO, M. 1992. *Televisión y melodrama: géneros y lecturas de la telenovela en Colombia*. Bogotá, Tercer Mundo Editores.
- MARTÍN-BARBERO, M.; REY, G. 1999. *Los ejercicios del ver: hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Barcelona, Gedisa, 257 p.
- ORTIZ, R. (org.). 1983. *Bourdieu – Sociologia*. São Paulo, Ática, p. 122-155. (Coleção Grandes Cientistas Sociais, vol. 39).
- PESQUISADOR Jesús Martín-Barbero morre em decorrência da COVID 19 aos 83 anos. *Zero Hora*, 13/06/2021, online. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/noticia/2021/06/pesquisador-jesus-martin-barbero-morre-em-decorrencia-da-covid-19-aos-83-anos-ckpvo6r6q002j0180erl-zf82e.html>
- RIZZINI, C. 1946. *O livro, o jornal e a tipografia no Brasil, 1500-1822: com um breve estudo geral sobre a informação*. Rio de Janeiro, Kosmos.
- SHANNON, C. E.; WEAVER, W. 1949. *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana, University of Illinois Press.
- SODRÉ, Muniz. 2013. *A ciência do comum: Notas para o método comunicacional*. Petrópolis, RJ, Vozes, 323 p.
- VOVELLE, M. 1987. *Ideologias e mentalidades*. São Paulo, Brasiliense.

Artigo submetido em 06/07/2021
Aceito em 14/10/2021