

Tão longe, tão perto: contribuições de Stig Hjarvard e Jesús Martín-Barbero para o estudo dos processos comunicativos

So far, so close: contributions of Stig Hjarvard and Jesús Martín-Barbero to the study of communicative processes

Tess Chamusca
tesschamusca@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-6469-8132>

Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA).

Resumo

Este artigo discute como as abordagens teóricas e metodológicas de Jesús Martín-Barbero e Stig Hjarvard contribuem para o desenvolvimento de análises comunicacionais que contemplem os múltiplos elementos que constituem os processos comunicativos: produtores, obras, consumidores e seus respectivos contextos. Para além do debate constante a respeito das distinções entre os conceitos com os quais trabalham (mediação e mediação), eles compartilham premissas e utilizam recursos de análises que se mostram bem próximos. Dessa forma, entende-se que o diálogo entre suas ideias apresentado neste trabalho traz pistas que podem atribuir mais complexidade e cuidado metodológico ao estudo dos produtos e processos comunicacionais e da sua inserção na cultura e na sociedade.

Palavras-chave: processo comunicativo, Stig Hjarvard, Jesús Martín-Barbero, mediação, mediação.

Abstract

This paper discusses how the theoretical and methodological approaches of Jesús Martín-Barbero and Stig Hjarvard contribute to the development of communicational analyzes that contemplate the multiple elements that constitute communicative processes, producers, works, consumers and their respective contexts. Beyond the ongoing debate about the distinctions between the concepts the authors work with (e.g., mediation and mediatization), both of them share premises and use analytical resources that are remarkably similar. Thus, this work conceives that the dialogue between the ideas of the authors bring clues that can give more complexity and methodological strictness to the study of products and communicational processes, as well as to their insertion in culture and society.

Keywords: communicative process, Stig Hjarvard, Jesús Martín-Barbero, mediatization, mediation.

Introdução

Ainda que ao longo das décadas tenha havido uma ampliação e complexificação dos objetos de pesquisa na área, lidar com a multiplicidade dos processos comunicativos continua sendo um desafio metodológico para os estudiosos da comunicação. É comum em parte das pesquisas do campo a presença de certa ênfase em um dos elementos do processo comunicativo e consequente apagamento da importância de outros fatores constitutivos, o que acaba, por vezes, empobrecendo resultados de pesquisas e conclusões apresentadas.

Navarro (2001) descreve como, desde os anos 1950, as pesquisas concentravam-se nas mensagens e costumavam orientar-se pelo pressuposto de que elas afetam as pessoas em função de suas propriedades objetivas, ou seja, de que elas têm

uma existência real e independente de quem as recebe e do contexto em que foram produzidas. Uma das consequências desse postulado, explica Wolf (1997), é que os analistas eram indiferentes às propriedades dos meios. Não importava se o objeto era um programa de TV, rádio ou um artigo de revista. Os veículos eram concebidos como meros produtores e distribuidores de mensagens.

Dentro desse contexto, Morley (1997) explica que a análise da estrutura ideológica das mensagens ganha importância nos anos 70, o que resultou em um foco no poder dos meios sobre seus usuários sem que se discutisse propriamente a respeito dos públicos. Nesse sentido, ao falar sobre a sua inserção no campo da comunicação neste período, Martín-Barbero (2009a, s.p.) conta: “estudar meios tinha então basicamente duas formas: economia política dos meios e leitura ideológica das mensagens”, a partir da qual os meios eram compreendidos como manipuladores de consciência.

Posteriormente, ocorre um crescente interesse pela “natureza complexa e contraditória dos processos em que se opera o consumo cultural dos produtos oferecidos pelos meios” (Morley, 1997, p. 30, tradução própria). Porém, ressalta o autor, ao destacarem a polissemia das mensagens midiáticas e a atividade dos públicos, tais pesquisas deixaram de dar atenção aos aspectos econômicos, políticos e ideológicos inerentes à construção dos textos.

Nós não podemos considerar a relação texto-sujeito singular, hipostasiada, isoladamente de outros discursos. Nem deveríamos ler fatores sociológicos e demográficos como aspectos que afetam diretamente o processo comunicativo: estes fatores têm efeito somente através da ação dos discursos em que estão articulados (Morley, 1999, p. 295-296, tradução própria).

Ang (1997) também critica essa supervalorização da resistência do público e ressalta a importância de inscrever a recepção nas relações estruturais e históricas de poder que os receptores não controlam. Do contrário, perde-se de vista como os meios funcionam ideologicamente, como se codificam nas estruturas dos textos “significações ‘preferenciais’ que reforçam as relações de poder econômico, político e social” (Ang, 1997, p. 90, tradução própria).

Diante desses impasses que, em alguma medida, ainda persistem no campo, este artigo visa discutir como as abordagens teóricas de dois autores, Jesús Martín-Barbero e Stig Hjarvard, e, de modo mais específico, seus aportes metodológicos podem contribuir para que o desequilíbrio presente nas análises sobre fenômenos comunicacionais no que diz respeito à atenção dispensada a produtores, obras, consumidores e seus respectivos contextos seja minimizado.

Os dois teóricos são oriundos de contextos diferentes e defendem perspectivas distintas. Professor da Universidade de Copenhague, o dinamarquês Stig Hjarvard pesquisa as relações entre mídia, cultura e sociedade a partir do conceito de midiaticização, adotando uma perspectiva institucional e histórica. Seus estudos contemplam distintos campos, a exemplo da política, da religião e da brincadeira. Falecido em 2021, Jesús Martín-Barbero migrou da filosofia para a comunicação e da Espanha para a Colômbia, onde dedicou sua trajetória acadêmica à investigação das relações entre comunicação, cultura e política a partir das apropriações cotidianas e não somente do ponto de vista das determinações. É uma abordagem que ele desenvolveu a partir do conceito de mediação e, sobretudo, por meio do estudo da televisão na América Latina.

Ambos os autores, porém, compartilham algumas diretrizes de trabalho e utilizam recursos de análise que apresentam proximidades. Por isso, entende-se que um diálogo entre suas ideias pode trazer pistas que contribuam para atribuir mais complexidade e cuidado metodológico ao estudo dos produtos e processos comunicacionais e da sua inserção na sociedade.

1 A perspectiva institucional de Stig Hjarvard

Stig Hjarvard é um dos autores de destaque da teoria da midiaticização no contexto europeu e aborda-a a partir de uma perspectiva institucional e histórica. Para Hjarvard (2014a), os processos de midiaticização dizem respeito não somente a uma onipresença da mídia em quase todas as esferas sociais, mas também ao posicionamento dos meios de comunicação como uma força institucional semi-independente que promove a interação entre os mais diversos campos sociais e constitui uma arena pública de discussão. De maneira geral, interessa ao pesquisador compreender como a mídia está implicada nas mudanças sociais e culturais que estão ocorrendo na modernidade tardia.

Em entrevista à revista *Fronteiras*, Hjarvard explica que, embora ele reconheça que houve influência das mídias em outras culturas e sociedades, a modernidade tardia é o momento em que há uma intensificação da importância das tecnologias de mídia, o que “vem a influenciar as maneiras pelas quais nós interagimos uns com os outros na sociedade moderna; as formas como os nossos papéis sociais se modificam; as formas como as identidades culturais são constituídas; as formas em que o poder é exercido” (Hjarvard, 2014b, p. 263).

Uma compreensão aprofundada de sociedades midiaticizadas demanda, segundo o autor, uma combinação de diferentes níveis de análise. No entanto, levando em conta que, em um nível macro, corre-se o risco de abordar a midiaticização como um processo universal e, em um nível micro, a concentração em práticas comunicativas situadas pode fazer com que quem analisa perca de vista o quadro geral onde elas estão inseridas¹, Hjarvard opta por se ater ao que ele chama de nível *meso* de investigação. O que significa analisar as relações entre a mídia, outros campos sociais e fenômenos culturais entendendo-os como instituições. Assim, busca-se compreender como, em um determinado contexto geográfico, histórico e sociocultural, a influência dos meios contribui para transformações nos padrões de interações e relações sociais em um domínio específico.

Hjarvard também entende que uma análise de transformações culturais e sociais implica uma perspectiva histórica, sendo crucial a reunião de dados dessa natureza para o desenvolvimento das pesquisas. Assim, exemplifica, se quero investigar como as mídias modificaram os modos de brincar, preciso conhecer como as crianças brincavam no passado, entender como essa prática acontece hoje e como a sociedade tem refletido sobre o brincar em diferentes períodos históricos (Hjarvard, 2014b).

Para desenvolver sua perspectiva institucional, Hjarvard dialoga com diferentes conceitos e autores, a exemplo da teoria da estruturação (Anthony Giddens), do conceito de *affordances* (James Gibson) e da noção de lógicas institucionais (Thornton, Ocasio e Lounsbury). As instituições “constituem a estrutura da comunicação e ação humana em uma dada esfera da vida, em determinado tempo e lugar” (Hjarvard, 2014a, p. 43). São domínios que cumprem determinadas funções sociais, dispõem de um grau de autonomia na sociedade e uma identidade que

¹ No que diz respeito ao estudo do consumo dos meios, Ang (1997) demonstra preocupação similar ao argumentar que, para dar conta das particularidades da condição cultural contemporânea, a perspectiva etnográfica deve superar as fronteiras do local: “Esta perspectiva não pode

ignorar o desequilíbrio que reina entre a produção/distribuição e consumo, entre o geral e o particular, entre o planetário e o local” (Ang, 1997, p. 95, tradução própria).

os torna distintos de outras esferas. Cada instituição é caracterizada por dois atributos principais – regras e recursos – que compõem a lógica que rege aquele âmbito específico, orientando seus atores.

As regras podem ser implícitas (resultado da vivência prática naquele âmbito que indica quais comportamentos devem ser adotados) ou explícitas (leis e regras de conduta expressamente declaradas). Da mesma forma, as sanções em caso de descumprimento das regras podem assumir um caráter formal ou informal. Os recursos “providenciam a infraestrutura para a prática social e podem ser materiais ou simbólicos/autorizativos em natureza” (Hjarvard, 2014c, p. 28). Ou seja, a dinâmica de uma instituição inclui a administração de recursos materiais e a delegação de autoridade (quem representa a instituição, quais pessoas assumem quais funções naquele espaço, quais são as interações possíveis entre elas).

Com o objetivo de enfatizar a necessidade de levar em conta as especificidades midiáticas na elaboração de análises e também para abordar como essas características influenciam a cultura e a sociedade, Hjarvard emprega o termo lógica midiática. O conceito se refere aos “vários *modus operandi* institucionais, estéticos e tecnológicos adotados pelos meios de comunicação, incluindo a forma como distribuem os recursos materiais e simbólicos e operam com a ajuda de regras formais e informais” (Hjarvard, 2014a, p. 36), a exemplo de políticas e regulação da mídia, leis de mercado, culturas organizacionais, rotinas de produção, princípios editoriais e convenções estéticas.

A relação entre essas características dos meios e a interação social é discutida por Hjarvard a partir da noção de *affordances*, que diz respeito a uma série de usos potenciais de um determinado objeto, estruturando a ação do ator em relação a ele. O processo de construção das *affordances* e a definição de quais são os usos possíveis baseiam-se nos atributos materiais do objeto, nas motivações do usuário e nas convenções e interpretações culturais associadas àquele objeto. Assim, as *affordances* da mídia são “as possibilidades comunicativas trazidas pelas características tecnológicas, estéticas e sociais da mídia” (Hjarvard, 2015, p. 57).

Para Hjarvard, transpor o conceito para pensar os meios de comunicação significa entender que não há nem uma imposição tecnológica nem um uso totalmente livre das tecnologias midiáticas. Cada meio apresenta “um conjunto de *affordances* que facilitam, limitam e estruturam a comunicação e a ação” (Hjarvard, 2014a, p. 53), mas esses usos precisam ser reconhecidos e tidos como funcionais pelos usuários e, ao mesmo tempo, podem ser rejeitados por aqueles que preferem interagir com o meio de outras formas.

O autor faz algumas ressalvas importantes. A lógica midiática não constitui uma racionalidade universal. Utilizar o conceito não significa entender que todo e qualquer meio, independentemente do contexto e do momento histórico, obedecerá a uma única dinâmica. O que se quer ressaltar é que cada meio tem uma forma própria de atuação e somente conhecendo a fundo como funcionam as tecnologias e instituições midiáticas é possível ter uma dimensão real de sua importância nas sociedades contemporâneas (Hjarvard, 2016).

Em segundo lugar, conceber a família, a política, a religião e a própria mídia como instituições não implica afirmar que esses domínios são estagnados e não há espaço para dinamismo

e inovação nas práticas sociais, uma vez que não há relação de exterioridade entre a estrutura e a ação, e sim uma constituição mútua. “As instituições podem permitir e limitar o indivíduo a reproduzir a ordem social existente, mas elas também podem ser o meio pelo qual as regras alternativas e a distribuição de recursos ocorrem” (Hjarvard, 2014c, p. 29).

Por fim, a mediação é entendida como um processo recíproco, de interdependência entre mídia, cultura e sociedade, e não como uma imposição de uma lógica midiática às demais instâncias sociais. Nesse sentido, por exemplo, ao abordar as novas mídias, Hjarvard (2015) sublinha que o seu desenvolvimento também se deve a processos de globalização, desregulação neoliberal e comercialização. Ou seja, há uma preocupação em não adotar análises midiocêntricas.

Mesmo que, de modo geral, as práticas sociais e culturais estejam cada vez mais dependentes da mídia e de sua lógica, em cada contexto, de acordo com as diferentes interseções que se dão entre lógicas midiáticas e outras lógicas institucionais, não só a influência exercida pelos meios assume distintas formas e intensidades como ocorre também uma acomodação das mídias às exigências de outros campos sociais. Dessa forma, também ao discutir sobre as novas mídias, Hjarvard (2015, p. 57) afirma:

O ímpeto inicial de adquirir e fazer uso de (novas) mídias em variados contextos pode inicialmente ser solicitado pela autoridade de uma instituição midiática mais generalizada prometendo inovação, eficiência ou sociabilização. A mídia irá, entretanto, ser gradativamente integrada dentro dos diversos contextos e influenciada pela instituição em particular e os contextos em questão.

E aqui o uso da noção de lógicas institucionais contribui para reforçar o caráter contingente das instituições, o fato de que elas não são inteiramente autônomas e estão sujeitas a transformações históricas no contato com outras instituições. Segundo essa perspectiva, as mudanças estruturais nas instituições costumam ser resultado de uma importação e sobreposição de lógicas concorrentes em um domínio específico. Dentro desse quadro, interessa particularmente ao pesquisador dinamarquês entender como a inserção de regras e recursos do campo midiático em outras esferas sociais implica uma institucionalização de novos padrões de interação social. Dito de outro modo, ele investiga as situações em que as lógicas dominantes de um determinado domínio são desafiadas por conta da integração de lógicas midiáticas naquele contexto.

Por meio de um estudo de caso da trajetória do brinquedo de construção LEGO, Hjarvard (2014a) investiga a mediação da brincadeira. Ele discute como historicamente o brincar deixou de ser uma atividade física em que os brinquedos simulavam objetos reais que fazem parte da vida adulta para se tornar cada vez mais uma atividade mental constituída pela manipulação de representações e narrativas que pertencem a uma cultura midiática global. A partir de um percurso de análise que aborda, entre outras coisas, o início da programação televisiva para crianças, a abertura do universo ficcional dos programas infantis para os processos de licenciamento e *merchandising*, a desregulamentação da TV e a integração entre internet e dispositivos móveis, o autor aborda o quanto as crianças e os fabricantes de brinquedos se tornaram dependentes da lógica tecnológica, simbólica e econômica da mídia.

Quanto ao campo da educação, o autor afirma que o uso da internet em sala de aula como forma de ampliar o aprendizado pode resultar em outros desdobramentos, a exemplo de uma maior intervenção da família nas rotinas escolares por conta da comunicação entre pais e filhos enquanto estes estão na escola, uma busca por outras fontes de informação com o intuito de testar os conhecimentos do professor e até mesmo a realização de atividades alheias ao que se discute em sala de aula (Hjarvard, 2015).

A proposta de análise também é aplicada na interpretação do processo de midiática do livro, por meio da problematização de como a digitalização da indústria editorial modifica a nossa compreensão desse meio. O teórico argumenta que, se anteriormente o sistema de ensino e a instituição literária detinham o poder de definir o livro como um elemento da alta cultura e do meio educacional, a integração do livro a uma cultura midiática popular vem dissolvendo essas estruturas de poder, uma vez que o livro passa a ser mais uma entre outras mídias e a própria função da crítica literária, com as novas mídias, deixa de ser uma atividade realizada por um grupo seleto de indivíduos que ajudam a definir os rumos do mercado editorial (Hjarvard, 2014b).

É importante ressaltar que o autor não concebe os processos de midiática de uma forma evolutiva e linear, o que se expressa no modo como compreende o sistema midiático na atualidade. Entendendo que a distinção entre velhas e novas mídias pode sugerir a ideia de uma substituição, Hjarvard destaca a necessidade de atentarmos para as continuidades. Não se trata de ignorar os impactos das novas mídias em relação aos meios de comunicação tradicionais, mas de destacar que estes meios também estão se renovando. Nesse sentido, por exemplo, a televisão de hoje não é a mesma de trinta anos atrás².

Além disso, não só há uma dependência mútua entre meios massivos e novas mídias, em que os usos frequentemente estão conjugados, como muitas vezes eles compartilham as mesmas regras sociais e as formas de alocar recursos. “Nesses casos, as novas e as velhas mídias convergem não só tecnologicamente, mas também em termos de padrões profissionais, reivindicações de legitimidade pública, funções sociais e outros” (Hjarvard, 2015, p. 57). Portanto, há o entendimento de que estamos lidando com uma ecologia de mídia mais complexa em que as mídias de massa e as mídias de rede se complementam, interagem e convergem (Hjarvard, 2023).

2 Mapas de Jesús Martín-Barbero

A princípio, poderíamos pensar que a preocupação constante de Hjarvard em distinguir os conceitos de midiática e mediação tornaria suas reflexões muito distantes das proposições teóricas de Jesús Martín-Barbero, autor reconhecido no campo da comunicação sobretudo pela maneira como desenvolveu este último conceito, no âmbito dos estudos culturais na América Latina. No entanto, tal conclusão se mostra precipitada e incorreta, uma vez que o modo como

Martín-Barbero trabalha com o conceito de mediação não se encaixa na definição utilizada por Hjarvard.

Para ele, por ser muito limitado ao processo de comunicação, falta ao estudo da mediação a compreensão de que “a mídia influencia não somente o circuito comunicativo de emissor, mensagem e receptor, mas também a relação de troca entre a mídia e outras esferas da cultura e da sociedade” (Hjarvard, 2015, p. 53). Porém, ao usar o conceito de mediação, Martín-Barbero (2004, 2013) busca compreender como os meios são dotados de sentido e alcance social, como eles operam social e culturalmente. Ou seja, há uma preocupação em entender como as práticas comunicativas se articulam com as dinâmicas culturais e os movimentos sociais.

A compreensão do processo comunicativo como algo isolado do seu contexto não está presente em sua obra. Pelo contrário, como veremos, seus mapas metodológicos vão se complexificando com o objetivo de contemplar as transformações nas relações entre comunicação, cultura e política. Nesse sentido, o próprio Hjarvard (2014c, p. 26) reconhece este aspecto da abordagem do autor: “Nosso entendimento da ‘midiática’ pode, em certos pontos, compartilhar um terreno comum com a noção de ‘mediação’ de Martín-Barbero (1993), uma vez que esta desloca o foco da mídia individual (como os jornais) para o papel da mídia na interação social e mudança cultural”.

Martín-Barbero propõe percursos metodológicos para a análise da comunicação e da cultura a partir de mapas. Maria Immacolata Lopes e Lígia Lemos (2019) destacam que não há exclusão entre os mapas e sim trânsito, que ocorre de acordo com as demandas de cada pesquisa. “São, portanto, dispositivos nômades, que se recompõem tal como rizomas com múltiplas possibilidades de entrada que – conforme a complexidade do objeto em análise – constituem novos lugares e novos olhares de observação” (Lopes; Lemos, 2019, p. 5). Assim, não há uma linha evolutiva. Todos os mapas se mantêm atuais e, de acordo com os direcionamentos apontados pelos fenômenos comunicativos, podem ser articulados.

No livro *Dos meios às mediações*, tendo como objeto a televisão e o melodrama na América Latina, Martín-Barbero (2013, p. 294) opta por deslocar a ênfase dos meios para os “lugares dos quais provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural da televisão”: as mediações socioculturais da comunicação. Nesse primeiro momento, em que ele propõe um mapa noturno, três mediações são analisadas: cotidianidade familiar, temporalidade social e competência cultural.

Embora tenham sido interpretadas como características vinculadas apenas ao âmbito da recepção, as três mediações expressam uma relação entre dinâmicas da produção e da recepção. Nesse sentido, as marcas da cotidianidade familiar são observadas no próprio discurso televisivo e os gêneros (relacionados à mediação da competência cultural) são, ao mesmo tempo, o princípio que orienta a produção televisiva e o elemento por meio do qual os consumidores reconhecem os textos televisivos (Martín-Barbero, 2013).

² Verón aborda essa distinção ao descrever as características de uma “televisão histórica”: “uma instituição (pública ou privada) consagrada à produção e transmissão de gêneros audiovisuais destinados a serem consumidos no espaço privado da família e habilitada não somente a determinar as características da oferta como também, através da grade de

programas, a definir as condições de consumo” (Verón, 2013, p. 266, tradução própria). Para o autor, quando o receptor passa a controlar as condições espaço-temporais do consumo de produtos audiovisuais, essa configuração de TV deixa de ser viável.

Posteriormente, o reconhecimento de “que a comunicação estava mediando todos os lados e as formas da vida cultural e social dos povos” (Martín-Barbero, 2009b, p. 153), com os meios assumindo um protagonismo na sociedade, leva o autor a construir um mapa das mediações. Este modelo de análise busca desvendar as relações cada vez mais complexas entre cultura, comunicação, política e sociedade a partir da investigação das mediações comunicativas da cultura, uma vez que “as mídias passaram a constituir um espaço-chave de condensação e interseção da produção e do consumo cultural, ao mesmo tempo em que catalisam hoje algumas das mais intensas redes de poder” (Martín-Barbero, 2004, p. 229). Dois eixos estruturam o mapa: o eixo sincrônico vincula as Lógicas de Produção às Competências de Recepção e as Matrizes Culturais e os Formatos Industriais se relacionam por meio do eixo diacrônico, de longa duração.

Assim como Hjarvard, Martín-Barbero (1995, 2013) também aborda a comunicação de um ponto de vista diacrônico e rejeita uma visão da história como algo unidirecional. A partir das contribuições de autores como Perry Anderson e Raymond Williams, ele desenvolve uma abordagem histórica orientada pela heterogeneidade de temporalidades. Ou seja, argumenta que não existe uma história unificada, mas sim uma convivência entre variadas histórias com ritmos e lógicas diferentes. Em uma sociedade, todos não estão se deslocando da tradição para a modernidade. Há uma negociação entre as variadas formas dos grupos sociais vivenciarem processos de modernidade e tradição.

Com isso, a partir do eixo diacrônico do mapa das mediações, é possível analisar como, de um ponto de vista histórico, determinadas matrizes culturais se fazem presentes nos formatos industriais. Ao investigar o contexto latino-americano, Martín-Barbero percebe como os produtos da cultura massiva vinculados ao melodrama se utilizam de matrizes expressivas e narrativas da cultura popular. O autor cita como exemplo a “sociabilidade primordial do parentesco, as solidariedades locais e a amizade” (Martín-Barbero, 2013, p. 306) que, embora tenham se tornado anacrônicas por conta das mudanças no mundo do trabalho e do lazer, permanecem atribuindo sentido a produções como as telenovelas e as canções românticas.

Nesse sentido, as temporalidades discutidas por Williams constituem um importante aporte metodológico para o mapa das mediações. Em *Marxismo e literatura*, Williams (1979) argumenta que, enquanto uma análise de época concebe a cultura como sistema e se concentra nos seus traços dominantes, a análise histórica busca compreender a complexidade da cultura interpretando-a como um processo que é composto de relações dinâmicas e por diferentes elementos historicamente variáveis. Assim, devemos considerar não só as características culturais dominantes, mas também os aspectos arcaicos, residuais e emergentes, de modo que, se o arcaico pode ser definido como um elemento plenamente percebido como pertencente ao passado, o residual se distingue por ter uma expressão ativa no processo cultural contemporâneo, ainda que também tenha sido formado no passado. “Assim, certas experiências, significados e valores que não se podem expressar, ou verificar substancialmente em termos da cultura dominante, ainda são vividos e praticados à base do resíduo” (Williams, 1979, p. 125).

O dominante é aqui entendido não como manipulação ou imposição de uma visão de mundo, mas no sentido de hegemonia, como um processo social constitutivo dos indivíduos, uma prática orientada por determinados valores e ideias predominantes que não é totalitária e está sujeita a transformações. Por sua vez, o emergente diz respeito aos significados, aos valores, às práticas e relações que são criados e se colocam em oposição aos elementos dominantes.

As ligações entre as Lógicas de Produção e as Matrizes Culturais são mediadas pela institucionalidade, que situa os meios “como instituições sociais e não apenas aparatos, instituições de peso econômico, político, cultural” (Martín-Barbero, 2009b, p. 151), inserindo-os em um âmbito permeado por disputas discursivas entre poderes contrapostos. O que significa, de maneira mais ampla, um confronto entre os atores sociais que buscam a manutenção de uma sociedade estável e aqueles que reivindicam relações sociais dinâmicas e produtivas, defendendo seus direitos e fazendo-se reconhecer. De modo que, “ao mediar na constituição do público e no reconhecimento cultural, a trama institucional da comunicação faz parte do laço cidadão” (Martín-Barbero, 2004, p. 234).

Nesse sentido, a discussão proposta por Hjarvard a respeito das lógicas institucionais e da mudança social e cultural como resultado de um embate entre diferentes lógicas institucionais em um determinado domínio pode trazer contribuições para a análise das disputas institucionais que fazem parte da mediação da institucionalidade.

As Lógicas de Produção, que pertencem ao eixo sincrônico do mapa, são concebidas por Martín-Barbero (2013) de modo muito similar ao que Hjarvard nomeia como lógica midiática, sendo que ele investiga as regras e recursos institucionais a partir de seis categorias. Ao abordar o meio televisivo, ele explica que, para compreender sua estrutura e dinâmica, devemos atentar para as seguintes instâncias: competitividade industrial, competência comunicativa, níveis e fases de decisão, ideologias profissionais, rotinas de produção e estratégias de comercialização.

As relações entre as Matrizes Culturais e as Competências de Recepção são mediadas pela socialidade, âmbito de constituição dos sujeitos, em que as interações sociais e o senso de pertencimento a uma coletividade são criados e recriados de diferentes formas. Refere-se ao mundo da vida a partir do qual se utiliza coletivamente a comunicação (Martín-Barbero, 2004). Se Hjarvard recorre à teoria da estruturação de Giddens para enfatizar que sua perspectiva institucional também contempla a agência humana, é por meio da socialidade que Martín-Barbero (1995, p. 59) destaca a “vida cotidiana como espaço em que se produz a sociedade e não só onde ela se reproduz”.

Articulando as Competências de Recepção e os Formatos Industriais, a ritualidade diz respeito às regularidades e aos ritmos convocados pelos textos midiáticos, às “gramáticas da ação – do olhar, do escutar, do ler – que regulam a interação entre os espaços e tempos da vida cotidiana e os espaços e tempos que conformam os meios” (Martín-Barbero, 2013, p. 19). Por outro lado, também se refere aos diferentes usos sociais da mídia, a exemplo dos modos populares de fruir filmes no cinema em comparação à atitude mais compenetrada dos intelectuais.

Preocupado em refletir sobre o novo estatuto social da técnica, Martín-Barbero (2004) enfatiza que a mediação da

tecnicidade, responsável pela conexão entre os Formatos Industriais e as Lógicas de Produção, não está restrita a um aparato instrumental, configurando-se muito mais como uma instância de constituição de práticas, sedimentação de saberes e reorganização da experiência social, em que se articulam transformação material e inovação discursiva. Em outras palavras, ela está atrelada à competência dos meios para utilizarem suas linguagens, para inovarem nos formatos, criando novas práticas.

Duas chaves interpretativas propostas por Martín-Barbero contribuem para uma maior compreensão das dinâmicas e nuances do “sistema complexo de mídia convergente” (Hjarvard, 2014b, p. 265) ao qual Hjarvard se refere: intermedialidade e formas mestiças. O primeiro conceito se relaciona com um fenômeno de contaminação entre os meios e suas linguagens que resulta em um processo de reinvenção. Uma interação que faz com que a noção de que existe um discurso próprio de cada meio se desestabilize. Nesse contexto, são produzidas as formas mestiças: “formas incoerentes porque rompem a norma atuando transversalmente em todos os meios. [...] É a contaminação entre sonoridades, textualidades, visualidades” (Martín-Barbero, 2009b, p. 154).

Os dois fenômenos também podem ser investigados à luz de um quadro mais amplo de emergência de um entorno tecnocomunicativo, tema que o autor aborda em articulação com as proposições de Javier Echeverría e que remete ao fato de que hoje não lidamos com as tecnologias de comunicação como instrumentos com os quais nos relacionamos pontualmente. Estamos imersos em um ecossistema tecnocomunicativo. Dessa forma, a tecnologia se torna “um ‘âmbito’ extremamente potente, tanto de linguagens como de ações, tanto de dinâmicas sociais, políticas e culturais, quanto de interrogações sobre o que significa ‘o social’ hoje” (Martín-Barbero, 2009b, p. 148). Para contemplar analiticamente as transformações resultantes dessa nova configuração, Martín-Barbero elaborou um mapa voltado à investigação das mutações culturais.

Em entrevista à revista *Pesquisa FAPESP* (Martín-Barbero, 2009a), o autor explica que o mapa se desenvolve a partir de uma articulação entre tempo, espaço, migrações e fluxos. O que se justifica pela necessidade de pensar conjuntamente a compressão do tempo e do espaço, o constante fluxo de imagens e informações e os grandes deslocamentos populacionais, elementos que estão vinculados ao entorno tecnocomunicativo. Suas reflexões sobre as relações entre a tecnologia e novos modos de perceber, sentir e se relacionar com o tempo e o espaço, ou seja, sobre a comunicação com um novo *sensorium* que habitamos, é mais explorada em versão posterior do mapa das mutações, apresentada em entrevista concedida à Omar Rincón (Martín-Barbero; Rincón, 2019).

Para Martín-Barbero (2009b, p. 149), a nova realidade histórico-social de interdependência que está se construindo demanda “um novo pensamento radical para poder assumir a complexidade de uma cidadania mundial, de interações cada vez mais fortes entre culturas, de como ter políticas para defender a diversidade, e também de como guiar as trocas, as interações, para potencializá-las”. O que significa, entre outras coisas, reconhecer que “pôr em comunicação as culturas deixa então de significar colocar em marcha movimentos de propagação ou divulgação para significar a ativação da experiência criativa e a competência comunicativa de cada cultura” (Martín-Barbero, 2001, p. 34, tradução própria), uma

vez que, na era da informação, a comunicação cultural expressa antes de tudo uma experimentação, uma experiência de apropriação e invenção.

No mapa das mutações, uma nova mediação, a identidade, mantém uma vinculação bem próxima com a tecnicidade, mediação presente também no mapa anterior, de modo que há uma compreensão de que as identidades estão sofrendo grandes transformações na sua relação com a tecnologia. Nesse sentido, o autor menciona como a identidade se tornou um campo de experimentação, a exemplo dos adolescentes que utilizam avatares nas redes sociais, e como os modelos de conduta para esses jovens não são os pais e sim os seus pares.

Trata-se de um instrumental metodológico que contribuiria para a análise do que Hjarvard (2014a) chama de midiatização do *habitus*, ou seja, a interferência dos processos de midiatização no modo como os indivíduos constroem identidades, adquirem orientações normativas e estabelecem relações na sociedade. Aqui fica claro que as questões relacionadas à individualidade dentro de um entorno tecnocomunicativo (ou na modernidade tardia, como prefere Hjarvard) interessam aos dois autores. Porém, se Martín-Barbero entende que para analisar essa conjuntura de transformação precisa deslocar um pouco o foco das mediações tidas como mais tradicionais, institucionalidade e socialidade (Martín-Barbero, 2009a), Hjarvard (2015) resiste um pouco mais a reconhecer que a análise de aspectos desse contexto, a exemplo dos usos das novas mídias, demanda adaptações à sua perspectiva institucional.

Nesse sentido, alguns desafios se impõem à tentativa de articular as proposições dos dois autores. Ainda que de algum modo reduza as possibilidades de moldagem social de uma tecnologia à etapa inicial de desenvolvimento dela (Hjarvard, 2014a, 2015), o pesquisador dinamarquês defende que as *affordances* de uma tecnologia de mídia são construídas também com base em suas características sociais.

As formas de trabalho da mídia não são determinadas apenas pela tecnologia. Também são caracterizados por práticas simbólicas e estéticas (por exemplo, convenções de gênero e estilo) e regulamentos institucionalmente incorporados (por exemplo, legislação, mecanismos de mercado e estruturas organizacionais). A fim de lançar luz sobre as formas pelas quais as mídias interagem com outros fenômenos culturais e sociais, nossa compreensão da lógica midiática deve incorporar as três dimensões – material-tecnológica, estética-simbólica e institucional (Hjarvard, 2023, p. 7).

Se por um lado tal compreensão nos leva a crer que Hjarvard partilha com Jesús Martín-Barbero a preocupação em construir um olhar cuidadoso para as diferentes dimensões que constituem os processos comunicativos, as premissas que conduzem esse olhar são bem distintas. Há certa ênfase do primeiro na ordem do instituído. Assim, a mídia é entendida como “conjunto de instrumentos institucionalizados para a comunicação e interação” (Hjarvard, 2023, p. 8) e, mesmo quando é esboçada uma tentativa de conceber a mídia como ambiente, algo mais próximo da proposta de entorno tecnocomunicativo de Martín-Barbero, seu foco está em como ela desempenha um papel na constituição das relações de poder. O que também mantém vínculo com interpretar as relações entre mídia, cultura e sociedade a partir da noção de influência.

Por sua vez, Martín-Barbero não desconsidera os processos hegemônicos, mas sempre se interessou em discutir como a vida cotidiana é também produção e não somente reprodução. Assim, por exemplo, ao propor a noção de ritualidade, ele se refere ao “que na comunicação há de permanente reconstrução do nexos simbólico: ao mesmo tempo repetição e inovação, âncora na memória e horizonte aberto” (Martín-Barbero, 2004, p. 231). Ou seja, levando em conta que nunca há um uso totalmente livre de um meio, o autor mantém aberta a possibilidade de uma apropriação social, de modo que é a partir do entendimento das tecnologias de mídia não como algo que influencia a sociedade, mas como “um novo organizador perceptivo, um reorganizador da experiência social, no sentido forte da experiência, no sentido da sensibilidade, do sensorium a que se referia Walter Benjamin” (Martín-Barbero, 1995, p. 46) que o autor desenvolve o que chama de visão densa culturalmente e socialmente da comunicação (Martín-Barbero, 2009b).

3 Considerações finais

Este artigo buscou promover uma interlocução entre as abordagens teóricas e metodológicas de Stig Hjarvard e Jesús Martín-Barbero, com o objetivo de discutir como os dois contribuem para uma investigação mais aprofundada dos processos comunicativos.

Entre os subsídios oferecidos pelos autores, destaca-se a atenção aos processos históricos, o que implica refutar uma linearidade na história e reconhecer que a avaliação dos impactos das tecnologias de comunicação nos contextos culturais, sociais e políticos contemporâneos não pode se restringir a uma análise do momento atual. Ao não considerarem tais aspectos, pesquisadores correm o risco de ceder a interpretações evolutivas, deterministas e até mesmo ingênuas dos processos comunicacionais.

Há também entre eles um entendimento compartilhado de que, se por um lado não se pode resumir a comunicação à técnica, tampouco é correto desconsiderar as especificidades de cada meio. Daí a importância de investigar a lógica da mídia, as lógicas de produção e as tecnicidades. Aliado a isso, os dois desenvolvem protocolos de análise que não dissociam os âmbitos da produção e do consumo, pois compreendem que eles se constituem mutuamente. Assim, Hjarvard articula as lógicas midiáticas às *affordances*, e Martín-Barbero trabalha de modo articulado as lógicas de produção e as competências de recepção. Os autores também compreendem que as relações entre quem produz e quem consome não podem ser dissociadas dos seus contextos sociais e culturais.

Portanto, ainda que não possamos desconsiderar as diferenças de abordagem apontadas, todos esses elementos, conjugados ao fato de que ambos apresentam conceitos que são aplicáveis em análises empíricas, já justificam um outro olhar para os dois teóricos, que não os posicione em mundos tão distintos.

Referências

ANG, I. Cultura y comunicación. Hacia una crítica etnográfica del consumo de los medios em el sistema mediático transnacional. In: DAYAN, D. (comp.). *En busca del público*. Barcelona, Editorial Gedisa, p. 83-105, 1997.

HJARVARD, S. *A mediação da cultura e da sociedade*. São Leopoldo, Ed. Unisinos, 2014a.

HJARVARD, S. A perspectiva escandinava dos estudos da mediação: entrevista com Stig Hjarvard. [Entrevista cedida a] Fabiane Sgorla e Daniel Pedroso. *Fronteiras - estudos midiáticos*, 16(3): 261-268, 2014b. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2014.163.11/4450>. Acesso em: 8 nov. 2016.

HJARVARD, S. Mediação: conceituando a mudança social e cultural. *Matrizes*, 8(1): 21-44, 2014c. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/viewFile/82929/85963>. Acesso em: 8 nov. 2016.

HJARVARD, S. Da mediação à mediação: a institucionalização das novas mídias. *Parágrafo*, 2(3): 51-62, 2015. Disponível em: <http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/331/339>. Acesso em: 8 nov. 2016.

HJARVARD, S. Olhando além do campo: o desenvolvimento da agenda de pesquisa de mediação. [Entrevista cedida a] Nicolás Llano Linares. *Matrizes*, 10(1): 93-106, 2016. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/119465>. Acesso em: 30 out. 2016.

HJARVARD, S. A lógica midiática e as condições mediadas de interação social. *Cadernos de Campo*, 32(1): 1-22, 2023. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/cadernosdecampo/article/view/209521>. Acesso em: 9 out. 2023.

LOPES, M. I. V.; LEMOS, L. P. Uma cartografia do Obitel. In: Encontro Anual da Compós, 28, Porto Alegre, 2019. *Anais...* 1:1-23, 2019.

MARTÍN-BARBERO, J. La comunicación en las transformaciones del campo cultural. *Revista Alteridades*, Cali, v. 5, n. 3, p. 59-68, 1993.

MARTÍN-BARBERO, J. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUSA, M. W. de. *Sujeito, o lado oculto do receptor* (org.) São Paulo, Brasiliense, p. 39-68, 1995.

MARTÍN-BARBERO, J. Deconstrucción de la crítica: nuevos itinerarios de la investigación. In: LOPES, M. I. V. de; NAVARRO, R. F. (comp), *Comunicación: campo y objeto de estudio*. Perspectivas reflexivas latinoamericanas. México, ITESO; Universidad de Aguascalientes, Colima, Guadalajara, p. 15-42, 2001.

MARTÍN-BARBERO, J. *Ofício do cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. São Paulo, Edições Loyola, 2004.

MARTÍN-BARBERO, J. As formas mestiças da mídia. [Entrevista cedida a] Mariluce Moura. *Pesquisa FAPESP*, 163: 10-15, 2009a. Disponível em: <https://revistapesquisa.fapesp.br/as-formas-mesticas-da-midia/>. Acesso em: 8 nov. 2016.

MARTÍN-BARBERO, J. Uma aventura epistemológica. Entrevista com Jesús Martín-Barbero. [Entrevista cedida a] María Inmacolata Vasallo de Lopes. *Matrizes*, 2(2): 143-162, 2009b. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38228>. Acesso em: 29 abr. 2015.

MARTÍN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. 7. ed. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 2013.

MARTÍN-BARBERO, J.; RINCÓN, O. MAPA INSOMNE 2017. Ensayos sobre el sensorium contemporáneo, un mapa para investigar la mutación cultural. In: JACKS, N.; SCHMITZ, D.; WOTTRICH, L. (org.) *Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural*. Diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero. Quito: Ciespal, 2019. p. 17-23.

MORLEY, D. La “recepción” de los trabajos sobre la recepción: retorno a El público de Nationwide. In: DAYAN, D. (comp.), *En busca del público*. Barcelona, Editorial Gedisa, 1997. p. 29-48.

MORLEY, D. The Nationwide Audience: structure and decoding. In: MORLEY, D.; BRUNSDON, C. *The Nationwide Television Studies*. London, Routledge, 1999. p. 117-301.

NAVARRO, R. F. Exploraciones teórico-metodológicas para la investigación sociocultural de los usos de la internet. In: LOPES, M. I. V. de; NAVARRO, R. F. (comp.), *Comunicación: campo y objeto de estudio*. Perspectivas reflexivas latinoamericanas. México, ITESO, Universidad de Aguascalientes, Colima, Guadalajara, 2001. p. 229-245.

VERÓN, E. *La semiótica social, 2: ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires, Paidós, 2013.

WILLIAMS, R. *Marxismo e Literatura*. Rio de Janeiro, Zahar Editores, 1979.

WOLF, M. Investigación em comunicación y análisis textual. *In*: DAYAN, D. (comp.), *En busca del público*. Barcelona, Editorial Gedisa, 1997. p. 255-271.

Artigo submetido em 25/10/2022
Aceito em 17/10/2023