

Mediações: a comunicação para além da mídia¹

Letícia Conceição Martins CARDOSO²

Nádia Barros de Sousa³

Thalia França GONÇALVES⁴

Universidade Federal do Maranhão

Resumo

O objetivo deste artigo é recuperar, por meio de revisão bibliográfica, o conceito de mediações e o estabelecimento da teoria das mediações como autêntico aporte teórico dos estudos culturais latino-americanos, que remete a uma noção mais ampla sobre a comunicação – não restrita aos artefatos midiáticos – e reconhece os sujeitos como produtores de significados e de cultura, rejeitando, portanto, uma visão de passividade sobre os receptores. No decorrer do texto, é apresentado o Mapa das Mediações (MARTÍN-BARBERO, 1989) e a versatilidade desse protocolo analítico em pesquisas de comunicação que tenham por objeto as culturas populares.

Palavras-chave

Comunicação. Cultura. Mapa das Mediações.

1. Introdução

O presente artigo faz parte de reflexões desenvolvidas no âmbito da pesquisa de iniciação científica integrada ao projeto Metodologias de Estudos Culturais: um olhar comunicacional sobre as culturas populares no Maranhão. Em nossos estudos, buscamos compreender as práticas das culturas populares, a exemplo do tambor de crioula e do bumba meu boi, como formas completas de comunicação, num processo de produção, circulação e consumo cultural.

O arcabouço teórico-metodológico que possibilitou a análise das práticas culturais por um viés comunicacional foi a teoria das mediações proposta por Martín-Barbero (2008), segundo a qual é necessário deslocar o eixo das pesquisas dos meios para as

¹ Trabalho apresentado na IJ 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2019.

² Orientadora do trabalho. Professora Adjunta do Departamento de Comunicação da UFMA, doutora em Comunicação. Email: leticiaufma@gmail.com.

³ Graduanda do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão, estudante de iniciação científica PIBIC, integrante do Grupo de Estudos Culturais do MA – Gecult. Email: barrosnadia100@gmail.com

⁴ Graduanda do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão, estudante de iniciação científica PIBIC, integrante do Grupo de Estudos Culturais do MA – Gecult. Email: thaliefranca@hotmail.com.

mediações⁵, ou seja, as relações estabelecidas no mundo vivido e a produção de sentido pelos sujeitos, para além da mídia. Como defende o autor, “A comunicação se torna uma questão de cultura, que exige rever todo o processo de mediação de massa a partir da recepção, do reconhecimento e da apropriação” (MARTÍN-BARBERO, 2018).

A teoria das mediações, marco nos estudos culturais latino-americanos, representa um esforço multidisciplinar de enxergar “o processo de comunicação a partir dos dispositivos socioculturais que influenciam o modo dos sujeitos envolvidos interpretarem o mundo” (DANTAS, 2008, p.9). Assim, a pesquisa em comunicação alinhada à perspectiva das mediações reconhece os conflitos, as contradições, as formas de dominação e de transformação do meio social nas práticas comunicativas e midiáticas.

2. Revisitando a Teoria das Mediações nos Estudos Culturais

A palavra mediação possui um entendimento no senso comum facilmente associado à ideia de intermediário entre duas ou mais partes. Apesar de parecer simples, o termo, situado no contexto comunicacional, apresenta interpretações variadas por diferentes autores e estudiosos da área, adquirindo nuances mais complexas. Para Silverstone (1999), por exemplo:

a mediação implica o movimento de significado de um texto para outro, de um discurso para outro, de um evento para outro. Implica a constante transformação de significados, em grande e pequena escala, importante e desimportante, à medida que textos da mídia e textos sobre a mídia circulam em forma escrita, oral e audiovisual e à medida que nós, individual e coletivamente, direta e indiretamente, colaboramos para sua produção. A circulação de significado, que é a mediação, é mais do que um fluxo em dois estágios – do programa transmitido via líderes de opinião para as pessoas nas ruas [...] (SILVERSTONE, 2002, p. 33).

Para o autor, é possível compreender a mediação como um diálogo diversificado entre os textos veiculados dentro e fora da mídia, construindo uma espécie de rede ramificada pela qual os sujeitos significam o mundo e a realidade em que vivem. Sendo, então, a comunicação o resultado de diversas interpretações e sentidos entrelaçados.

⁵ A obra de maior repercussão de Martín-Barbero, publicada em 1987, o livro *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía* faz a passagem da preocupação inicial com a análise do discurso dos meios para a investigação das culturas populares, os modos de comunicação desses setores e a relação entre o que se passa nos meios com o que se passa nos bairros, nas ruas da América Latina contemporânea. (SIGNATES, 1998, p.37).

Nessa direção também caminham as proposições de Martín-Barbero (2008) sobre os processos comunicacionais na América Latina, destacando o fator em comum da agência dos sujeitos no processo de produção, circulação e consumo de textos, discursos, produtos e práticas, que podem ser midiáticas ou não – podem estar localizadas nos hábitos culturais, nas conversas de bar, no estádio de futebol, nas feiras, nas missas, nos arraiais de São João, nas rodas de tambor de crioula...

Se a pesquisa latino-americana em comunicação voltava sua atenção somente para os meios, atribuindo aos suportes midiáticos todo o processo de construção do imaginário e da opinião pública, concebendo o público como uma massa homogênea de fácil manipulação, a partir dos anos 1990, começa uma ruptura com essa zona de conforto, gerada pela teoria das mediações, de Martín-Barbero, com o deslocamento do olhar para a observação das relações sociais e culturais estabelecidas pelos sujeitos na produção de sentidos e significados, considerando os repertórios individuais e o contexto (aspectos de gênero, etnia, classe, instrução) em que esses sujeitos se inserem.

Conforme Martín-Barbero, os processos sociais estão demandando ajustes no objeto de estudo da Comunicação e discussões sobre cultura transnacional, culturas populares, identidades, democracia, formação de novos sujeitos políticos e sociais, novas formas de rebeldia e resistência, movimentos sociais em geral confirmam presença na agenda da pesquisa em Comunicação [...] (CARDOSO, 2016, p. 103).

Este novo olhar é justificado pela metamorfose que vem ocorrendo nos indivíduos – não mais designados como recepção passiva dos meios de comunicação, ao contrário, passam a ser reconhecidos como produtores de cultura e significados. O próprio Martín-Barbero ressalta:

Pensar os processos de comunicação neste sentido, a partir da cultura, significa deixar de pensá-los a partir das disciplinas e dos meios. Significa romper com a segurança proporcionada pela redução da problemática da comunicação à das tecnologias (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 287).

As mediações são justamente os espaços onde a comunicação de fato acontece. Não porque os meios deixam ser importantes, mas porque é nas mediações que as pessoas decodificam e constroem o significado das coisas, influenciadas por sua cultura, crenças, costumes, convivência, conflitos e individualidades. No seu mundo vivido é que se apropriam das mensagens midiáticas e das tecnologias da informação.

É importante entender que a teoria das mediações é oriunda das observações feitas por Martín-Barbero sobre as sociedades latino-americanas. Não constitui, portanto, uma transposição ou adaptação de teorias estrangeiras. Como teorização originalmente latino-americana, não podia deixar de captar a preponderância da oralidade na conversação e das culturas populares no cotidiano das pessoas como lugares centrais das interrelações e dos processos comunicacionais.

Para mim, vendo o que eu via na América Latina, na Colômbia principalmente, era impossível entender a verdadeira importância que os meios tinham na vida das pessoas se não estudávamos a vida dessas pessoas. Eu, desde o começo, por intuição, me opus à visão hegemônica, norte-americana de estudar os efeitos dos meios. Eu não negava a importância dos meios, mas dizia que era impossível entender a importância, a influência nas pessoas, se não estudássemos como as pessoas se relacionavam com os meios. O que eu comecei a chamar de mediações eram aqueles espaços, aquelas formas de comunicação que estavam entre a pessoa que ouvia o rádio e o que era dito no rádio [...] Mediação significava que entre estímulo e resposta há um espesso espaço de crenças, costumes, sonhos, medos, tudo o que configura a cultura cotidiana. Era essa espessura da cultura cotidiana, que, para mim, na América Latina era muito rica [...] (MARTÍN-BARBERO em entrevista à Claudia Barcellos, 2000, p. 153-154)

A partir da entrevista concedida por Martín-Barbero à pesquisadora Claudia Barcellos, salientamos outra característica das mediações: elas não são necessariamente um lugar físico, mas possuem valor simbólico dentro do dia-a-dia dos sujeitos. Por exemplo, uma igreja até pode ser considerada uma mediação, porém o aspecto que evidencia sua influência nas relações e cultura dos indivíduos está incorporado às convicções religiosas que carregam em si; estabelecendo limites de convivência, designando o que pode ser considerado bom ou ruim, divino ou profano, aceito ou censurado.

Observar a comunicação popular e corriqueira evoca o caráter comunicacional da cultura no processo de produção e compreensão da realidade dos sujeitos, aceitando que a construção de suas identidades – ainda que seja um processo individual – também resulta do coletivo advindo não de uma manipulação da mídia de massa, mas das vivências sentidas/compartilhadas nos espaços de mediação cultural.

O conceito de mediação, assim, passa por renovações constantes, pois os espaços de convivência acompanham tanto as mudanças individuais dos sujeitos quanto a (re)significação dos costumes e juízos. Isto é admissível visto que “a comunicação é uma

área de estudos demasiadamente imprecisa, a ponto de ser difícil afirmarmos com segurança a natureza específica de seu objeto teórico” (SIGNATES, 1998, p. 46).

A ampliação conceitual das mediações procura reconhecer o caráter autônomo das pessoas em suas práticas de comunicação. Passa-se a observar mais profundamente os mecanismos comunicacionais, não enquanto massa de manobra, mas deslocando “o olhar da comunicação para os sentidos que a transcendem, vinculados à cultura e suas matrizes de significação complexa e múltipla” (SIGNATES, 1998, p. 46). A teoria das mediações agrega, desta maneira, aos estudos culturais uma percepção mais tangível das relações sociais, culturais e de comunicação.

3. O Mapa das Mediações – um protocolo analítico

O Mapa Noturno ou Mapa das Mediações foi apresentado por Martín-Barbero na primeira versão do livro “Dos meios às mediações”, em 1987, desenhando o que viria se tornar um arcabouço teórico-metodológico para o estudo das mediações no cotidiano latino-americano. De acordo com o autor, esse mapa poderia ser usado para questionar dominação, produção e trabalho, no entanto, o olhar da pesquisa deveria partir das mediações e dos sujeitos, ou seja, nessa primeira versão do mapa, há um direcionamento às mediações sociais e culturais dos meios de comunicação, tratando da recepção e do consumo, portanto, dos meios para as mediações (CARDOSO, 2016).

Cardoso (2016), elucida que nesse livro, o autor apresenta três mediações possíveis: cotidianidade familiar, temporalidade social e competência cultural. A cotidianidade familiar seria o espaço de conflitos e a manutenção das relações entre as pessoas de convívio próximo, isto quer dizer que no ambiente familiar, os sujeitos expressam suas ideias, mantém vínculos afetivos tal qual é refletido no corpo social, no entanto, tendo como diferencial a intimidade que o âmbito doméstico proporciona, ou seja, nesse momento os sujeitos tem maior liberdade de exteriorizar pontos de vista sobre diferentes problemáticas. Também se insere neste momento comunicacional a interação dos sujeitos com as instituições (igreja, escola, trabalho, entre outras). Depois, a temporalidade social, mediação a qual o autor destaca a diferenciação entre o tempo cotidiano no tempo produtivo do capital, isto é, mais ampla que a cotidianidade familiar, a temporalidade social diz respeito à divisão do tempo do sujeito, com base no que ele faz no dia a dia, seja o trabalho, tarefas domésticas, lazer, fazer refeições e em como esse tempo social é

entendido e adaptado pelos meios de comunicação, que com base nesses perfis, desenvolvem uma programação que atenda essas exigências. Por fim, a competência cultural, que trata de questões de pertencimento cultural do sujeito, seja a etnia, gênero, experiências, etc. Nesta mediação, a identificação do gênero do indivíduo, nível de escolaridade e as potenciais experiências vividas são características fundamentais pois representam os conhecimentos, crenças e costumes que permeiam os indivíduos no âmbito social que eles estão inseridos, ou melhor, o grupo étnico pertencente.

Porém, esse modelo foi repensado e atualizado, uma vez que “a noção de mediação acompanha permanentemente as mutações da sociedade especificamente no que se diz respeito a comunicação” (CARDOSO, 2016 *apud* LOPES, 2014, p.70), ou seja, as mediações são reflexo do desenvolvimento nas maneiras de identificação e das formas de se comunicar que os sujeitos assumem no espaço no qual estão inseridos junto aos meios de comunicação. Essas mudanças permitem o surgimento de questionamentos sobre os modos como essa comunicação é efetuada e consolidada no identitário.

A partir disso, em 1998 no prefácio da quinta edição espanhola do livro “Dos meios às mediações”, Martín-Barbero reelabora o mapa e propõe que as três mediações cotidianidade familiar, temporalidade social e competência cultural se transformem nas seguintes dimensões: socialidade, institucionalidade, tecnicidade e ritualidade. São acrescentados ainda, dois eixos: um diacrônico ou histórico entre as Matrizes Culturais e os Formatos Industriais e um sincrônico, entre as Lógicas de Produção e as Competências de Recepção (Consumo).

Com a inserção dessas novas definições, o mapa passa a agrupar não apenas um estudo mais aprofundado dos meios, mas uma análise da cultura a partir da comunicação e da política, uma vez que o autor defende a importância e estudar o cotidiano e como os sujeitos se comunicam, pois são nesses aspectos que os processos comunicativos se completam.

Nessa segunda versão, o mapa passa a ser apresentado da seguinte forma:

Figura 1 – Reprodução do Mapa das Mediações - 1998



Fonte: Adaptado de Martín-Barbero (1998)

Como explica Cardoso (2016), o mapa possui essa estrutura cíclica, uma vez que se busca mostrar as conexões entre os momentos dos processos culturais e os sentidos resultantes dessas relações, sem que esse resultado saia apenas de um ponto específico, mas da posição a qual se deseja observar. As Lógicas de Produção, os Formatos Industriais, as Competências de Recepção e as Matrizes Culturais são categorias empíricas, enquanto a tecnicidade, ritualidade, socialidade e institucionalidade são a mediações, isto é, lugares e processos concretos.

As categorias empíricas são momentos de vivência com o que está sendo estudado, serão coletados os dados e são feitas as observações. Desse modo, as **Lógicas de Produção** podem ser entendidas como aquela que abrange a “estrutura empresarial – em suas dimensões econômicas, ideologias profissionais e rotinas produtivas; a competência comunicativa – capacidade de interpelar/ construir públicos, audiências, consumidores; e muito especialmente sobre sua competitividade tecnológica” (MARTÍN-BARBERO, 2008 p. 18), neste momento comunicacional, se faz necessário entender como se dá a organização da forma cultural e sua relação com os órgãos institucionais, seja como ela vai ser apresentada, o segmento e princípios que a definem; cargos e hierarquia interna, a frequência das reuniões não apenas para adotar ferramentas que

promovam maior visibilidade e inovação diante dos “concorrentes”, mas apresentar as possíveis problemáticas, além da apuração do capital arrecadado, divisão das tarefas e pagamento de funcionários; quais são os vínculos com o Estado, empresas/ mercado e mídia; quais técnicas são usadas para atender e construir o público, se vai haver interação entre ambos ou um portal que possibilite a comunicação e distribuição de informações; Os **Formatos Industriais**, de acordo com Martín-Barbero (2008) tratam das formas simbólicas e transforma as gramáticas discursivas que tem origem na sedimentação de saberes narrativos, hábitos e técnicas expressivas, isto é, nos formatos industriais há a materialização das gramáticas discursivas em produtos como: livros, filmes, programas, CDs, DVDs, shows, roupas, acessórios, ou seja, todo tipo de produção comercializada que remeta a identidade do produto cultural. As **Competências de Recepção (Consumo)** abrangem os diferentes usos dos meios e a produção de sentido nesse consumo, ou seja, aqui busca-se entender como os sujeitos se apropriam do que é produzido; como esse produto é consumido : lugar e forma (se é por meio de livros, jornal, revista, cinema, rádio, televisão, internet; ou se é somente *in loco*). Por fim, as **Matrizes Culturais**, que remetem à história das mudanças nos movimentos sociais e as formas hegemônicas de comunicação coletiva (MARTÍN-BARBERO, 2008), isto é, nas Matrizes Culturais, é necessário o aprofundamento histórico social, político e mercadológico a fim de entender as razões das modificações e como os sujeitos se identificam e reproduzem seja no campo das relações mais íntimas, às relações institucionalizada, essa forma cultural.

Esses momentos comunicacionais estão inter-relacionados pelas seguintes mediações: **tecnicidade** que medeia as Lógicas de Produção e os Formatos Industriais e diz respeito às inovações tecnológicas, às técnicas da produção e comunicação, além dos modos como a tecnologia vai moldar a cultura (CARDOSO, 2016), ou seja, esta mediação comporta as técnicas que determinada forma cultural vai adotar com o intuito de obter destaque entre as demais, seja na utilização de um material na fabricação de produtos mais barato e de boa qualidade, por exemplo; na apresentação desses produtos ao receptor/consumidor: uma diagramação diferente, embalagens, encartes, espetáculos com pirotecnia, etc; além de perceber como essas medidas transformam os costumes do público, que vai estar exposto a novas maneiras de obter esses produtos. A **ritualidade** é a mediação entre os Formatos Industriais e as Competências de Recepção (Consumo) que remete aos diferentes usos sociais que os sujeitos fazem dos meios e aos diferentes trajetos de leitura. Nesta mediação, o olhar deve estar voltado para o consumidor/receptor, a fim

de identificar como os produtos são consumidos com base no espaço e na forma de uso. Entre as Competências de Recepção (Consumo) e as Matrizes Culturais está a **socialidade**, essa mediação refere-se às relações cotidianas, às diversas formas de interação dos sujeitos e à construção de suas identidades. Ela conecta ainda, a tradição cultural com a forma em que os sujeitos se relacionam com a cultura massiva, ou seja, na socialidade, são analisadas as formas de interação que o sujeito faz dentro do vínculo familiar e/ou mais próximo, observando as trocas de saberes que esse contato proporciona, sem que haja a exclusão de possíveis discordâncias existentes na forma cultural, uma vez que dentro do estudo dessa mediação, todos os pormenores fazem parte do objeto. Por último, a **institucionalidade**, que está entre as Matrizes Culturais e as Lógicas de Produção e remete à regulamentação dos discursos atendendo aos diferentes interesses; quando relacionada com a comunicação “se converte em questões do meio, isto é, de produção de discursos públicos cuja hegemonia se encontra hoje paradoxalmente do lado dos interesses privados (MARTÍN-BARBERO, 2008, p.18), isso significa que nessa mediação, observa-se como a forma cultural se utiliza (e é utilizada) pelas instituições (política, mídia e mercado) para a (re)produção dos discursos que remetem a uma identidade resultante dessa troca.

A partir desse mapa, é possível trabalhar na análise de qualquer fenômeno social que tenha comunicação, cultura e política inseridas nas formas de organização, produção de significados, no relacionamento entre os sujeitos e receptores.

Dessa forma, em 2016, o protocolo de Martín-Barbero foi apropriado por Cardoso para o estudo de culturas populares na tese de doutorado: “As mediações no bumba meu boi do Maranhão: uma proposta metodológica de estudo das culturas populares”. Como a pesquisadora apreendeu, Martín-Barbero trabalha com uma visão ampla e antropológica da cultura, que não se limita apenas ao consumo de determinados produtos, tipos de comportamentos, práticas cotidianas, crenças e costumes.

é o que hoje faz a escola com seus alunos, a televisão com suas audiências, a imprensa com seus fiéis ou a imprensa com seus leitores. E, de outro lado, é toda a vida social que, antropologizada torna-se cultura (...) hoje são sujeito/objeto de cultura tanto a arte quanto a saúde, o trabalho ou a violência, e há também cultura política, do narcotráfico, cultura organizacional, urbana, juvenil, de gênero, cultura científica, audiovisual, tecnológica, etc (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 14)

Portanto, as práticas culturais passam por um processo de hibridações que implicam tanto o âmbito midiático quanto âmbito das relações do cotidiano, uma vez que

as relações sociais de hoje são estruturadas em massa (CARDOSO, 2016). Logo, dentro das culturas populares, há ciclo de produção, circulação e consumo, que podem ser analisados a partir do mapa das mediações.

Adaptando para o estudo de cultura popular, o mapa adquire o seguinte formato:

Figura 2 – Reprodução do Mapa das Mediações – Estudo de Culturas Populares



Fonte: adaptado de Letícia Cardoso (2016)

Com essa apropriação, as categorias assumem definições voltadas para o estudo de práticas das culturas populares. Sendo assim, as Matrizes Culturais representam “as marcas ideológicas que constituem as identidades dos grupos sociais. Elas interferem na maneira como são configurados os processos culturais e comunicacionais, pois têm a ver com a visão de mundo dos sujeitos” (CARDOSO, 2016, p. 118), ou seja, nas Matrizes Culturais de uma Prática Cultural, deve-se buscar entender como é produzida e identidade, o imaginário e a tradição da prática para com os sujeitos, além de buscar

entender o contexto histórico e social que propiciaram o surgimento do item a ser estudado. Esses dados podem ser coletados por meio de pesquisas bibliográficas e entrevistas. As Lógicas de Produção de uma Cultura Popular remetem à organização no circuito cultural, como o registro de pessoa jurídica, rotinas de reuniões, ensaios e orçamentos, isto é, a relação com o público, mídia e mercado. Na tese sobre o Bumba-boi Cardoso salienta que “nessa instância, é importante investigar: (1) como são as condições inerentes à produção do Bumba meu boi, (2) o que interfere na sua formação e em seus produtos e (3) como são atendidas as demandas do público (consumo) e seus diferentes usos” (CARDOSO, 2016, p. 120), entendemos que essas indagações podem partir sobre qualquer outra prática cultural. Em relação aos Formatos Industriais, isto é, os produtos, símbolos e representações, CDs, DVDs, livros, espetáculos, festas, roupas e instrumentos, a partir da análise desse material é possível identificar como os grupos se representam e se comunicam com a sociedade. Por fim, as Competências de Recepção ou Consumo se referem diretamente aos sujeitos, que vão ser estudados sob a ótica dos usos, hábitos e especificidades culturais, tais como religião, etnia e nível de escolaridade.

No estudo da institucionalidade de uma cultura popular, deve-se identificar como ela se relaciona com as instituições midiáticas (campanhas publicitárias, matérias jornalísticas), governamentais (Governo do Estado, Prefeitura, órgãos de cultura e de turismo, deputados, vereadores), religiosas, e também com o campo científico, ou seja, os pesquisadores e intelectuais. Na tecnicidade, além da análise das técnicas de produção, devem ser consideradas as adaptações feitas, além da competitividade com outras expressões do circuito cultural. Na ritualidade, deve-se entender como são consumidos os produtos de determinada prática cultural, se acontece em festas nos terreiros, espetáculos ou por meio dos CDs e DVDs. Também deve ser considerada a identificação do público com esses produtos. Já a socialidade baseia-se no entendimento das relações cotidianas dos membros do grupo entre si e com a comunidade, a interação com o público, se há o espaço de aproximação entre ambos.

Esses são os passos para entender e definir os momentos comunicacionais e as mediações de uma prática qualquer de cultura popular, que podem ser materializados com a operação de pesquisas bibliográficas, entrevistas, observação de campo, análise de conteúdo e/ou discurso.

4. Considerações Finais

Podemos considerar que a obra de Martín-Barbero é uma das maiores contribuições para o estudo da comunicação, uma vez que colabora para a revolução acerca da maneira como os estudos de recepção enxergam o receptor, não mais tratando-o como instrumento da mídia massiva, mas reconhecendo-o como sujeito que compreende a realidade em que está inserido e ressignifica os sentidos produzidos pela estrutura midiática, política e mercadológica – tanto nas relações cotidianas quanto nas formais e institucionalizadas, sendo influenciado diretamente por suas bagagens individuais, contexto social, cultural, econômico e experiências coletivas.

Desta maneira, as pesquisas em comunicação adquirem novas possibilidades, deixando de lado metodologias quantitativas e matematizadas – resumidas a ideias de audiência – para assumir uma visão em que associa os estudos comunicacionais à antropologia, sociologia, política e outros campos das ciências sociais e humanas.

A compreensão da cultura, a partir deste novo olhar, autonomiza as relações estabelecidas em sociedade e concebe os sujeitos também como produtores de informação e realidades.

Referências bibliográficas

CARDOSO, Leticia Conceição Martins. **As mediações no bumba meu boi do maranhão: uma proposta metodológica de estudo das culturas populares**. Tese (Doutorado em Comunicação Social) –Faculdade de Comunicação Social – FAMECOS, PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL – PUCRS. Porto Alegre, 2016.

BARCELLOS, Claudia; MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Diálogos Midiológicos – 6: Comunicação e Mediações Culturais**. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. São Paulo: v. 23, nº 1, janeiro/junho 2000, p. 151-163. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/2010/1788> Acesso em 08.abr.2019

DANTAS, José Guibson Delgado. **Teoria das Mediações Culturais: Uma Proposta de Jesús Martín-Barbero para o Estudo de Recepção**. Anais do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. São Luis – MA: 12 a 14 de jun., 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Tradução de Maria Immacolata Vassallo de Lopes. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Dos meios às mediações: 3 introduções. **Matrizes**. São Paulo: v.12, n. 1, p. 9-31, jan./abr., 2018.

SIGNATES, Luiz. Estudo sobre o conceito de mediação. **Novos Olhares**. São Paulo: ECA/USP, n. 2, p.37-49, jul./dez., 1998.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia**. 3. ed. São Paulo: Loyola, 2002.