

Médias et Médiations : les influences entre les pensées française et latino-américaine

par BARROS Laan M. « laan@facasper.com.br »

GRESEC - Université Grenoble 3 - Chercheur associé - Faculdade Cásper Líbero - São Paulo - Brésil

A partir des formulations d'ordre théorique et épistémologique de Jesús Martín-Barbero, qui propose un déplacement des études de la communication « des médias aux médiations », ce travail discute les délimitations du champ communicationnel et la spécificité de l'objet d'étude de cette discipline. Lorsqu'on est confronté au « médiacentrisme », prédominant dans la recherche en communication, et la fascination des technologies numériques des nos jours, on cherche à comprendre la contribution de Martín-Barbero au débat épistémologique dans ce domaine et l'influence des matrices françaises sur la pensée communicationnelle latino-américaine. Dans la réflexion on reprend un dialogue entre Luiz Martino et Lucrécia Ferrara, qui a eu lieu à la Faculté Cásper Líbero ; ainsi que les référentiels de la pensée française, d'auteurs paradigmatiques comme Paul Ricœur et Mikel Dufrenne et d'autres contemporains comme Dominique Wolton et Jean Caune. Pour Martín-Barbero la production de sens se fait dans le contexte des médiations socioculturelles, où le récepteur réélabore le message. Le temps historique et la place sociale dans lesquels sont insérés les récepteurs créent un contexte de médiations, qui caractérisent l'expérience esthétique. Dans ce sens, l'esthétique – du grec *aisthesis* – est une opportunité de réélaboration poétique – du grec *poiesis* –, qui ramène la réflexion vers l'univers de l'herméneutique. Comme on peut remarquer, les formulations sur l'herméneutique de Ricœur se reproduisent dans la conception de médiations dont l'auteur est Martín-Barbero, qui a été son élève. Dans le cas de la communication, plus qu'une attitude explicative – ou descriptive – des phénomènes médiatiques, il faut distinguer la dimension interprétative qui est donnée dans le contexte des lectures, marquées par un éventail diversifié de médiations. Nous pourrions dire que les études de communication doivent dépasser « l'exégèse » des moyens afin d'atteindre une « herméneutique » des médiations.

Mots-clés : Médias et médiations ; épistémologie de la communication ; France et Amérique Latine.

The influence of the French theoretical frameworks on the Latin-American communication thought is remarkable. Following Martín-Barbero's theoretical-epistemological formulations, which proposes a displacement of the studies of the communication "from the media to the mediations", this text aims to discuss the delimitations of the communication field and the specificity of his object of study. The approach developed makes use of the theoretical contributions of authors like Ricœur and Dufrenne.

Keywords : Media and mediations ; epistemology of communication ; France and Latin America.

Introduction

Quelle est la portée du champ de la communication ? Quelles sont les spécificités de notre objet d'étude ? Ces questions ont été récurrentes pendant les dernières décennies. Le débat épistémologique qu'on observe dans le scénario français – comme on peut noter dans le

thème et sur la lettre de convocation du XVIème Congrès de la SFSIC – qui a lieu aussi au Brésil et en Amérique Latine, en général. La diversité théorique et méthodologique de la recherche en communication et son caractère interdisciplinaire mettent en discussion la légitimité d'un champ scientifique particulier qui s'occupe des phénomènes communicationnels et alertent pour les risques de dispersion.

Avec l'avènement et la sophistication des technologies numériques, qui transforment intensément et à grande vitesse la logique des processus de communication et d'information, le débat s'intensifie, soulignant encore plus la question du médiacentrisme, prédominante déjà dans la recherche sur les mass media. A la valorisation culturelle et politique du média en tant qu'institution sociale s'ajoute, alors, le souci des aspects technologiques des processus communicationnels, l'attention tournée vers les moyens de communication, dans ce qu'on a convenu d'appeler les technologies de l'information et de la communication, les TIC's.

C'est dans ce contexte de débat, et à partir d'une perspective dialectique, que cet article prétend confronter les médias et les médiations, dans un exercice d'articulation entre les pensées communicationnelles française et latino-américaine. Il prend comme point de référence, la théorie des médiations proposée par Jesús Martín-Barbero, qui propose un déplacement du centre d'attention de la recherche en Communication « des médias aux médiations ». Plus qu'une formulation théorique-méthodologique, plus qu'une nouvelle découpe de recherche, sa proposition nous lance dans une discussion épistémologique sur les contours du domaine de la Communication.

Un déplacement méthodologique

Comme enregistrent Guy Lochard et Bruno Ollivier, dans le préface de l'édition française de son principal ouvrage, Jesús Martín-Barbero « est diplômé de l'université de Louvain et de l'École pratique des hautes études à Paris, avant de devenir l'un des principaux théoriciens de la communication en Amérique Latine. Ensuite pour l'écho que les théories qu'il a développées ont trouvé sur tout le continent sud-américain » (in MARTÍN-BARBERO, 2002, p. 9). En suite, ils projettent les possibilités d'un enchaînement culturel : Cet ouvrage permet donc enfin à un public francophone de comprendre, en retour, comment des écrits et des théoriciens européens – et particulièrement français – ont été compris, adaptés, transformés en Amérique Latine, et quel écho ils ont pu avoir dans le développement des études de communication latino-américaines. Entre les termes « médias » et « médiations », Martín-Barbero choisit le deuxième. Et il ne le fait pas uniquement pour une question de sémantique. Il opte pour les médiations socio-culturelles en opposition aux médias, comme centre d'attention de la recherche en communication.

Il s'agit, donc, d'un déplacement méthodologique – ou épistémologique, on pourrait dire –, comme lui même l'explique déjà à l'introduction de son ouvrage reconnue *Des médias aux médiations* : C'est ainsi que la communication devient, pour nous, une question de médiations davantage que de moyens de communication, une question de culture et, partant, non seulement de connaissances, mais de re-connaissance. Cette reconnaissance exige, d'entrée de jeu une opération de déplacement méthodologique pour re-voir le processus entier de la communication depuis son autre côté, celui de la réception, celui des résistances qui s'y appliquent, celui l'appropriation envisagée du point de vue des usages.

Dans un second temps, précisément pour éviter qu'un tel déplacement ne reste pas pure réaction ou modification théorique de circonstance, il se fait reconnaissance de l'histoire : réappropriation historique du temps de la modernité latino-américaine et de son déphasage pour ouvrir une brèche dans la trompeuse logique d'une homogénéisation capitaliste qui épuiserait la réalité présente. En Amérique Latine, en effet, la différence culturelle ne désigne pas, comme peut-être en Europe ou aux États-Unis, la dissidence de la contre-culture ou le musée, mais la vitalité, la densité et la pluralité des cultures populaires, l'espace d'un conflit aigu et une dynamisme culturelle incontournable. (MARTÍN-BARBERO, 2002, p. 20) Ce déplacement se montre comme le grand différentiel de la pensée de Martín-Barbero et se dédouble, comme on peut voir sur le texte ci-dessus, en un mouvement de « réappropriation historique du temps de la modernité latino-américaine », dans une lecture critique de la société capitaliste et des phénomènes médiatiques. Une telle critique ne se perd pas, cependant, dans la survalorisation des médias et dans la simplification linéaire du processus communicationnel. Ses commentateurs soulignent cette marque.

C'est le cas, par exemple, de l'évaluation faite par García Canclini dans le prologue du livre *Des Médias aux Médiations*, selon laquelle, l'auteur part d'une vision moins naïve de l'évolution des sociétés. Selon lui, l'ouvrage de Martín-Barbero « offre l'une des réfutations théoriques les plus consistantes des illusions romantiques, du réductionnisme de tant de marxistes et de l'élitisme de l'école de Francfort ». García Canclini (in MARTÍN-BARBERO, 2002, p. 16) rappelle, aussi, que l'ouvrage « opère un déplacement de l'objet de l'analyse, des médias vers les médiations sociales, il porte pas seulement sur la communication ».

Il s'agit, pourtant d'une pensée qui s'inscrit dans le champ de l'interdisciplinarité, ce qui peut être vu soit comme un avantage, par les multiples articulations, soit comme un désavantage, par les risques de dispersion. La place importante de Martín-Barbero dans le scénario communicationnel latino-américain reste évident dans la recurrence de citations de ses livres par des divers chercheurs. La chercheuse Maria Cristina Gobbi, en analysant les bibliographies de 1.576 recherches présentées au cours des 30 années de l'Association Latino-américaine de Chercheurs en Communication – ALAIC –, a constaté que Martín-Barbero occupe la première place parmi les auteurs les plus cités, avec 395 références, tandis que le deuxième le plus cité n'atteint pas 250 indications. Le passage des dix ans de la publication de son ouvrage principal a été célébrée avec l'édition du livre *Mapas Nocturnos : diálogos con la obra de Jesús Martín-Barbero* (GARCÍA CANCLINI et alii, 1998), qui réunit des auteurs de différents pays de l'Amérique Latine, avec des textes qui prouvent les répercussions de ses idées.

Une autre publication qui groupe des réflexions sur la vie et oeuvre de Martín-Barbero, a été publiée par la Chaire Unesco, siéant à l'Université Metodista de São Paulo. De ce livre, je cite Efendy Maldonado : Jesús Martín est une fondation théorique fondamentale de la critique du fonctionnalisme dominant dans la communication. Lorsqu'il critique le schématisme de la gauche et formule la théorie des médiations culturelles et sociales, il a réussi à revitaliser le champ d'études de la communication en Amérique Latine. (Maldonado in MELO & DIAS, 1999, p. 113-114) L'édition 12 de la revue *Hermes* – qui aborde le thème Amérique Latine – met en évidence le nom de Martín-Barbero parmi les auteurs de référence dans la pensée communicationnelle latino-américaine. Le modèle formulé par Martín-Barbero est assez utilisé dans ses études de réception et dans les articulations entre communication et culture et communication et éducation. Il sert comme référentiel théorico-méthodologique pour les enquêtes de terrain qui s'occupent de l'analyse des processus médiatiques et ses répercussions dans la société, ainsi que d'autres abordages des médiations culturelles. Il s'agit d'un modèle

bien diffusé en Amérique Latine et même en dehors, qui présente une nouvelle perspective théorico-méthodologique. Il est pertinent, pourtant, qu'il soit appelé le paradigme des médiations, tel qu'ont adopté plusieurs auteurs.

Médias ou culture ? Technologie ou humanité ?

Lorsque nous nous tournons vers les délimitations de notre objet d'étude, quelques questions persistent : médias ou société ? Technologie ou culture ? L'intérieur ou l'entourage du processus communicationnel ? Parmi les études des médias et les études de la culture de masse – technologie et culture – Luiz Martino propose une articulation. Selon lui, les « moyens de communication ne sont pas que de la technologie ». Cependant, on ne peut pas prendre comme objet d'étude de la communication, la culture de façon générique ; pour Martino, « la culture intéresse lorsqu'elle est intermédiée par la technique ». C'est à partir du croisement de ces deux idées qu'il propose le terme « actualité » comme objet de l'étude de la communication. C'est ainsi que je préfère traiter l'objet de la communication. Si on veut des moyens de communication, très bien, pourvu qu'on s'aperçoive qu'ils ne sont pas uniquement de la technologie ; de la culture de masse, très bien, pourvu qu'on s'aperçoive que c'est à l'intersection avec la technique qu'elle devient intéressante, la technique de communication. Alors, j'appelle cela actualité..(in BARROS & KUNSCH, 2007, P. 14). Martino explique que « les moyens permettent une épaisseur du temps vécu du contemporain » ; que dans « une société qui est devenue complexe, où nous vivons beaucoup de choses en même temps, nous passons à nous intéresser par les événements de chaque jour, car le temps présent s'élargit » (in BARROS & KUNSCH, 2007, P. 14).

D'une certaine façon, ce que Martino désigne comme « actualité » peut être en rapport avec ce que Martín-Barbero appelle de « médiations ». Si la communication a comme essence son caractère d'actualité, il faut reconnaître que les médias sont l'élément déterminant de la configuration de la vie dans la société contemporaine. Les médias se présentent comme un élément de médiation sociale. Outre examiner ses entrailles, ses structures internes, Martín-Barbero nous invite à connaître les structures de son entourage. Ce qu'on aperçoit, donc, c'est que la conception de « médiations » ne se présente pas pour remplacer les moyens. Les médias font partie des médiations sociales, qui nous engagent au temps présent, à la contemporanéité. Les médiations sont dans le temps-espace de la contemporanéité, sont dans la production et la reconnaissance de « l'actualité ». Plus que des moyens, ce qui nous intéresse ce sont les médiations qui entourent les processus communicationnels. Lorsque notre regard se limite aux contours des médias – dans une mise en priorité de la technique – l'objet scientifique de la communication se réduit. Ferrara argumente que, « par cet angle-là, nous banirions de l'étude de l'objet de la communication toutes les relations sociales et interpersonnelles qui fréquemment sont médiées par la verbalisation ». Et elle approfondit son questionnement : Comment définir l'objet de la communication, en le différenciant, d'un côté, d'une simple étude des relations et des changements sociaux, qui est le domaine des sciences sociales, et, de l'autre, du risque de la description fière des moyens technologiques ?

Le grand défi d'une épistémologie de la communication serait dans la difficulté de définition de cet objet ; mais quel est cet objet qui dépasse autant la docilité interdisciplinaire que l'adhésion aux moyens technologiques ? (in BARROS & KUNSCH, 2007, p. 17-18) En effet, ici se trouve notre défi : trouver un objet d'étude qui dépasse la « docilité » et une certaine

dispersion interdisciplinaire et, en même temps, ne se rend pas à un sentiment « d'apologie » par rapport aux moyens technologiques. Dans ce sens, une chose qui marque la pensée de Martín-Barbero c'est la centralité de l'être humain – inséré dans sa place sociale et marqué par le vécu et les médiations – dans les études de la communication. Cet héritage humaniste vient de sa formation dans le domaine de la Philosophie et de ses liens intellectuels avec l'humanisme européen et, en particulier, avec la pensée française^[1].

Dans cette perspective-là, les études de communication s'articulent avec l'univers de la culture et de la politique, avec des forts liens avec le champ de l'anthropologie. Comme argumente Dominique Wolton « la communication est avant tout une expérience anthropologique fondamentale. Intuitivement, communiquer consiste en un échange avec l'autre ». D'un autre côté, il rappelle aussi, que la communication est « l'ensemble de techniques qui, sur un siècle, a rompu les conditions traditionnelles de la communication directe, pour le remplacer par le royaume de la communication à distance ». Et, enfin, que « la communication s'est convertie en une nécessité sociale fonctionnelle pour des économies interdépendantes » (Wolton, 1997, p. 14-16).

Certainement, ces trois dimensions de la communication se trouvent articulées entre elles et sont interdépendantes. La communication n'est pas ceci ou cela, mais ceci et cela. Elle est, en même temps, une « expérience anthropologique », un « ensemble de techniques » et une « nécessité sociale ». Mais il convient d'observer que lorsque Wolton met à la tête de son découpage phénoménologique l'identification de la communication en tant qu'une « expérience anthropologique », il met l'être humain au centre des attentions, et contextualise sa condition sociale, marquée par des différentes demandes, où la communication se présente comme « nécessité sociale fonctionnelle » dans le monde contemporain. Même en parlant de la dimension technique de la communication, il le fait en prenant l'être humain comme référence, et ses conflits relationnels comme des défis non vaincus par « l'ensemble de technologies » de la communication.

Lorsqu'on revient à la confrontation entre médias et médiations, entre média et culture, Wolton parle de « communication médiatisée » et « communication directe » et renforce le souci avec les relations humaines et leurs problèmes : Plus la communication médiatisée s'améliore, brisant les échelles de temps et d'espace, plus la communication directe, physique, avec autrui paraît davantage contraignante. Il est plus facile de dialoguer d'un bout de la planète à l'autre qu'on en oublie les difficultés, indispensables, du « face-à-face ». Les techniques n'ont pas résolu les problèmes de la communication humaine, elles les ont simplement différés, repoussés au bout des claviers et des écrans. Au-delà de toutes ces techniques de plus en plus simples, bon marché, ludiques, interactives, l'autre est toujours présent, aussi difficile d'accès, aussi difficile à comprendre et à intéresser. Comme si les difficultés de la communication humaine étaient simplement mises entre parenthèses par les prouesses techniques (Wolton, 1997, p.56).

Ce qu'on remarque, dans les idées de Wolton, lesquelles en grande mesure se répercutent aussi sur les idées de Martín-Barbero, c'est que la question de fond est plus grande que la définition du support plus ou moins technologique sur lesquels transitent les messages. Il ne s'agit pas de la discussion entre « primauté, secondarité et tiercité », selon les catégories phénoménologiques de Peice. Étudier la communication implique en travailler avec les contradictions de la société moderne, médiées par les phénomènes médiatiques, prenant l'être humain comme centre de cette problématique.

L'auteur français définit trois défis pour penser à la communication (Wolton, 1997, p. 356-357) : Dans le premier, le niveau social, il reprend la confrontation entre communication médiatisée et la communication directe, rappelant que lorsque les moyens se sophistiquent, « plus il y a de la communication, plus les individus ont besoin de médiation, de traduction » afin de réduire les conflits interpersonnels et sociaux. Il semble se lamenter que « plus il y a de communication, plus se produisent des distanciations ». Dans le niveau politique, Wolton rappelle que la communication n'a jamais mené à la disparition des hiérarchies et des injustices, car « toute communication est accompagnée de pouvoir », selon lui.

En dernier, dans le niveau anthropologique, il rappelle que l'individu des « sociétés modernes » passe entre huit et douze heures face à un écran d'ordinateur – si on additionne les heures de travail, loisir et activités d'étude – et suggère que nous sommes en train de créer une nouvelle espèce humaine, de « soliloques interactifs ». Plus les moyens se sophistiquent et se popularisent dans les sociétés urbaines contemporaines, plus les problèmes de la communication mélangent technologie et humanité, plus la problématique de nos recherches ont besoin de se déplacer vers le champ des médiations socio-culturelles. Selon Jean Caune (1999, p.120-121) : du point de vue anthropologique, la médiation culturelle se manifeste dans les processus rituels, comportementaux, techniques, etc. par lesquels les individus donnent un sens à leur condition humaine. Ce point de vue extensif fait de toute acquisition technique transmise, de tout comportement imposé par la norme commune, de toute manifestation symbolique par laquelle l'homme entre en relation avec ce qui l dépasse une forme de la médiation culturelle. Les nouvelles réalités nées avec la modernité ont remplacé l'opposition homme/nature par les interfaces homme/technique ; dès lors, l'expérience humaine est confortée aux médiations techniques qui transforment les appropriations culturelles.

Médias et médiations

Si nous reconnaissons la dimension anthropologique de notre discipline, il ne suffit pas de travailler dans la sphère de la production – certainement humaine – des messages, qui se fait, dans la plupart du temps dans un contexte institutionnel, fortement marqué par les demandes de la société mercantilisée. Il faut penser la réélaboration de ces messages de la part du récepteur par au-delà des médias, dans le champ des médiations. Il faut le rachat de la figure du récepteur, pris alors non comme un simple réceptacle de messages véhiculées par les moyens, mais en tant que participant actif du processus qui se déroule. Plus qu'objet qui subit l'action, le récepteur – ou « jouisseur », comme il est adopté par Umberto Eco dans L'Œuvre Ouverte – se transforme en sujet de l'action. Le temps historique et la place sociale dans lesquels sont insérés les récepteurs créent un contexte de médiations, qui caractérisent l'expérience esthétique, définie par Mikel Dufrenne comme un phénomène auquel le récepteur participe de façon active, projetant ses référentiels sur la production de nouveaux sens par rapport à l'ouvrage dont il a la jouissance[2].

Dans ce sens, nous pouvons penser l'esthétique – du grec *aisthesis* – comme une opportunité de réélaboration poétique – du grec *poiesis* – dans laquelle le jouisseur est plus qu'un décodeur de ce que « l'émetteur a déposé sur le message ». Tel qui arrive dans le champ des arts, dans la communication la production de sens passe par le temps historique et place sociale dans lesquels sont insérés les récepteurs. Les sens de culture et de politique sont, alors, traversés par la problématique de la communication. Dans cette perspective, ce n'est pas le fait d'être intermédiée ou médiatisée – intermédiée ou non-intermédiée par la technologie – qui fait de la communication un phénomène plus ou moins démocratique et participatif.

L'abordage doit être une autre. Plus que « l'intentionnalité communicative », elle signale les possibilités interprétatives avec lesquelles le récepteur traite lorsqu'il s'approprie des discours des médias. Et, dans ce sens, notre étude s'éloigne d'un exercice syntaxique-sémantique du composé moyen-message pour une analyse sémantique-pragmatique, dans laquelle le texte fait partie d'un contexte et le média fait partie des médiations socio-culturelles. Abre-se assim ao debate um novo horizonte de problemas, no qual estão redefinidos os sentidos tanto da cultura quanto da política, e do qual a problemática da comunicação não participa apenas a título temático e quantitativo – os enormes interesses econômicos que movem as empresas de comunicação – mas também qualitativo : na redefinição da cultura, é fundamental a compreensão de sua natureza comunicativa. Isto é, seu caráter de processo produtor de significações e não mera circulação de informações, no qual o receptor, portanto, não é simples decodificador daquilo qual o emissor depositou na mensagem, mas também um produtor. (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 228) Ce rachat de la figure du récepteur comme sujet du processus communicationnel – et non pas un simple objet qui subit les actions des médias – mène notre réflexion vers le champ de l'herméneutique, discipline bien présente dans la genèse de la pensée de Martín-Barbero.

Sans prétendre à atteindre une plus grande profondeur dans cette ligne de raisonnement, je souligne deux ou trois idées de Paul Ricœur et Mikel Dufrenne qui peuvent servir de pistes pour une plus grande compréhension du paradigme des médiations, dans leurs articulations avec les études herméneutiques. Plus qu'un effort d'exégèse du message, ils investissent dans l'herméneutique, mettant en valeur l'expérience esthétique du récepteur. Ricœur confronte les concepts d'explication et interprétation, pour arriver à l'idée de compréhension. En analysant la lecture de textes littéraires, il soutient que Deux manières de lire, disons-nous, s'offrent à nous. Nous pouvons, par la lecture prolonger et renforcer le suspens qui affecte la référence du texte, ambiance d'un monde et à l'audience des sujets parlants, attitude explicative. Mais nous pouvons aussi lever ce suspens et achever le texte en parole actuelle. C'est cette seconde attitude qui est la véritable destination de la lecture. (...) L'autre lecture ne serait même pas possible, si d'abord il n'apparaissait pas que le texte, en tant qu'écriture, attend et appelle une lecture ; si la lecture est possible, c'est bien parce que le texte n'est pas fermé sur lui-même, mais ouvert sur autre chose ; lire, c'est, en toute hypothèse, enchaîner un discours nouveau au discours du texte. Cet enchaînement concret d'un discours à un discours dénonce, dans la constitution même du texte, une capacité originelle de reprise qui est son caractère ouvert. L'interprétation est l'aboutissement concret de cet enchaînement et de cette reprise. (Ricœur, 1998, p. 170)

Comme on peut remarquer, les formulations sur l'herméneutique de Ricœur se reproduisent dans la conception de médiations dont l'auteur est Martín-Barbero, qui a été son élève. Dans le cas de la communication, plus qu'une attitude explicative – ou descriptive – des phénomènes médiatiques, il faut distinguer la dimension interprétative qui est donnée dans le contexte des lectures, marquées par un éventail diversifié de médiations. En faisant un parallèle, nous pourrions dire que les études de communication doivent dépasser « l'exégèse » des médias afin d'atteindre une « herméneutique » des médiations. Il ne s'agit, il est vrai, de mépriser les médias comme objet d'étude, mais d'enchaîner l'analyse de leurs discours avec les discours récréés dans le temps-espace de la réception.

Tel qui arrive avec les manifestations artistiques, les produits médiatiques – qui sont aussi traversés d'éléments esthétiques – sont ouverts à des multiples lectures ; ils attendent et demandent le regard du récepteur. Penser l'esthétique implique la mise en valeur des

possibilités d'interprétation, dans la recherche d'un meilleur entendement des impressions provoquées par les expressions artistiques. Selon Dufrenne (1992, p. 103) : Mais le plus important ici est que l'objet esthétique gagne en être à cette pluralité d'interprétations qui s'attachent à lui : il s'enrichit à mesure que l'œuvre trouve un public plus vaste et une signification plus nombreuse. Tout se passe comme si l'objet esthétique se métamorphosait... Les messages véhiculés dans les médias se transforment, aussi, lorsque les récepteurs s'en approprient. Et les sens qu'ils gagnent sont diversifiés, découlant des différentes médiations avec lesquelles les récepteurs vivent. Et dans la mesure où ils gagnent des nouvelles significations, ils se dédoublent en des nouvelles pratiques, en des actions.

D'une certaine façon, celui-ci est le pari de Martín-Barbero et des autres auteurs latino-américains qui misent sur les possibilités de réélaboration des discours des médias par les personnes. Et si cela est fait, il est possible de démythifier le pouvoir omniprésent des médias et investir dans les possibilités d'action – et non pas simplement de réaction – des récepteurs et dans la construction d'un savoir collectif. Dans cette perspective, la production de sens se développe dans la sphère publique, comme argumentent Maigret et Macé (2005, p. 63) : En saisissant ainsi la sphère publique comme une arène symbolique, et les médiacultures comme une scène et une ressource culturelle de type anthropologique, on devrait parvenir à rompre définitivement avec la maladie infantile de toute étude sur les médias qu'est le mediacentrisme. Dans l'ouvrage *Du texte à l'action : essais d'herméneutique II*, Ricœur nous enseigne qu'entre la théorie du texte et la théorie de l'action il existe une relation d'interdépendance, rappelant que le texte est un bon paradigme pour l'action humaine et l'action, un bon référent pour toute la classe de textes.

Telle est l'extraordinaire convergence qui apparaît entre la théorie du texte et la théorie de l'action. Les mêmes apories et les mêmes nécessités d'une solution dialectique ont surgi dans deux champs où peu d'influences se sont exercées d'un champ sur l'autre. J'aimerais suggérer l'idée que cette convergence n'est pas fortuite. Des raisons profondes justifient les transferts de la théorie du texte à la théorie de l'action et vice versa. (...) Je dirai en bref que d'un côté la notion de texte est un bon paradigme pour l'action humaine, de l'autre l'action est un bon référent pour toute une catégorie de textes. (Ricœur, 1998, p. 194-195) Ces formulations herméneutiques peuvent être utiles pour nos réflexions épistémologiques à propos de l'objet d'étude de la communication. Elles peuvent nous aider à surmonter une vision fragmentée entre médias et médiations. De même qu'entre texte et action il existe une relation d'interdépendance, entre médias et médiations nous pouvons trouver des liens qui nous permettent de vaincre la polémique qui traîne au cours des années. Notre objet d'études ne peut pas être restreint à la dimension technique des moyens ; les processus médiatiques ont besoin d'être vus depuis la perspective des médiations socio-culturelles qui entourent la communication dans la contemporanéité.

A titre de conclusion

Elargissons notre regard sur « des médias aux médiations » et essayons d'égaliser nos différentes connotations de ce terme, « médiations », qui peut être envisagé comme quelque chose de plus qu'une opposition de l'objet « média ». Quant au terme « médiations », divers sont les sens qui lui sont attribués. Pour certains, il s'applique à la communication non médiatisée, comme c'est le cas de la communication interpersonnelle, où prédomine le langage verbal. Dans cette perspective, s'ouvre un énorme éventail pour les études de communication, qui passe par la gestuelle, par le vêtement et toute la gamme de

manifestations signiques, produites et aperçues par les différents sens de l'être humain. Dans une bonne mesure, c'est cela dont s'occupe la Sémiotique, y inclus, certainement, les phénomènes médiatiques. Je comprends que les études de communication ne peuvent pas se limiter à l'univers restreint des médias. Mais, en élargissant le regard, je préfère suivre la proposition de Martín-Barbero, sur la conception de « médiations » comme partie intégrante du processus communicationnel, en tant que contexte dans lequel les phénomènes médiatiques sont vécus par les personnes et les groupes qui produisent et reproduisent des sens.

Les médiations, dans ce cas, ne se configurent pas comme antithèse des médias, mais comme contexte dans lequel les « textes » médiatiques gagnent du sens. Le média est, à mon avis, un composant déterminant, oui, de notre objet d'étude. Il arrive que le processus ne se limite pas à lui. Le média doit être pris dans le contexte des médiations, comme leur partie intégrante – mais déterminante. En choisissant les médiations il faut les prendre dans leurs articulations avec l'univers médiatique, afin de respecter les délimitations de notre champ d'études. Dans le cas contraire, nous courons le risque de la dispersion. Nous pourrions tomber dans un fossé qui nous mènera non à l'interdisciplinarité, mais à l'extradisciplinarité. Et, avec cela, nous resterons sans identité. Comme nous avertit Edgar Morin, en Pour entrer dans le XXI^e siècle, « il nous faut donc comprendre quelles règles, quels principes commandent la pensée qui nous fait organiser le réel, c'est-à-dire sélectionner/privilegier certaines données, en éliminer/subalterniser d'autres » (Morin, 2004 : 113).

Certainement, ce mouvement de sélection – qui nous aide à bien définir notre objet d'étude, comme discipline – n'est pas une tâche individuelle. Il s'agit d'une entreprise collective, d'un exercice dialogique et dialectique, qui puisse refléter des différentes expériences et « médiations ».

Références

BARROS, Laan M. de & KÜNSCH, Dimas A. “'Saber pensar seu pensamento' : reflexões em conjunto sobre epistemologia da comunicação”. *Líbero X*, n. 19, dez 2007, pp. 11-21.

CAUNE, Jean. Pour une Ethique de la Mediation : Le sens des pratiques culturelles, Grenoble (França) : PUG, 1999.

_____. Culture et Communication : Convergences théoriques et liex de médiation, 2a. Ed. Grenoble (França) : PUG, 2006.

DUFRENNE, Mikel. Phénoménologie de l'expérience esthétique – Tome I – L'objet esthétique. Paris : Presses Universitaires de France, 1992

_____. Phénoménologie de l'expérience esthétique – Tome II – La perception esthétique. Paris : Presses Universitaires de France, 1992.

ECO, Umberto. L'oeuvre ouverte. Paris : Seuil, 1979.

GARCÍA CANCLINI, Nestor et alli. Mapas Nocturnos : diálogos con la obra de Jesús Martín-Barbero. Bogotá : Universidad Central, 1998.

LOPES, M. Immacolata Vassalo de (org.). Epistemologia da comunicação. São Paulo : Loyola, 2003.

MAIGRET, Éric & MACÉ, Éric. Penser les médiacultures : nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde. Paris : Armand Colin & INA, 2005.

MARTIN-BARBERO, Jesús. Dos meios às mediações : comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro : Editora da UFRJ, 1997.

MARTIN-BARBERO, Jesús. Des médias aux médiations : communication, culture et hégémonie. Paris : CNRS Editions, 2002. MIÈGE, Bernard. La pensée communicationnelle, 2e ed. Grenoble : PUG, 2005.

MORIN, Edgar. Pour entrer dans le XXIe siècle. Paris : Ed du Seuil, 2004.

OLIVESI, Stéphane (dir.). Sciences de l'Information et de la Communication : Objets, savoirs, discipline. Grenoble : PUG, 2006.

RICŒUR, Paul. Le conflit des interprétations : Essais d'herméneutique II. Paris : Ed du Seuil, 1969.

_____. Du texte à l'action : Essais d'herméneutique II. Paris : Ed du Seuil, 1998.

WOLTON, Dominique. Penser la communication. Paris : Flammarion, 1997.

[1] Espagnol, résident en Amérique Latine depuis 63, Jesús Martín-Barbero est revenu en 68 en Europe et a réalisé des études à Louvain et à Paris.

[2] L'ouvrage de Mikel Dufrenne, Phénoménologie de l'expérience esthétique, montre comment dans l'univers des arts le jouisseur fait plus que de décoder l'objet avec lequel on est confronté.