

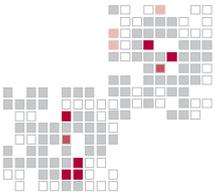
RECEPÇÃO MEDIÁTICA: LINGUAGEM DE PERTENCIMENTO¹



Mauro Wilton de Sousa

■ Professor e pesquisador junto ao Departamento de Cinema, Rádio e TV da Escola de Comunicações e Artes da USP, na temática Recepção Mediática e Espaço Público. Autor e Organizador da Coletânea *Sujeito, O lado oculto do receptor* (São Paulo: Ed. Brasiliense, 1985) e *Novas linguagens* (São Paulo: Ed. Salesiana, 2002).

■ E-mail: mwsousa@usp.br



RESUMO

O presente texto indaga sobre as possibilidades de compreensão da recepção mediática como prática de expressão do sentimento de pertencimento a espaços públicos. Em abordagem ainda preliminar, aqui se busca compreender como conceitual e teoricamente a questão obtém respaldo em alguns autores latino-americanos e franceses ligados, de alguma forma, ao tema.

PALAVRAS-CHAVE: RECEPÇÃO MEDIÁTICA, ESPAÇO PÚBLICO.

ABSTRACT

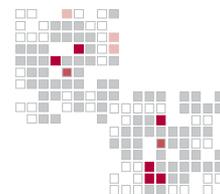
The present text investigates about the possibilities of understanding of the media reception as practical expressions of the belonging feeling to the public spaces. In a preliminary approach, here we are looking for understanding, as conceptual and theoretically, the subject that obtains backrest in some Latin-American and French authors linked, in some way, to the theme.

KEY WORDS: MEDIA RECEPTION, PUBLIC SPACE.

RESUMEN

El texto presente investiga sobre las posibilidades de entender la recepción de los medios de comunicación como expresiones prácticas de pertenecer a los espacios públicos que están siendo sentidos. Aquí en un acercamiento preliminar, estamos buscando entendimiento, conceptual y teóricamente, del asunto que obtiene el respaldo en algunos autores latinoamericanos y franceses que se unieron, de alguna manera, al tema.

PALABRAS-CLAVE: RECEPCIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, ESPACIO PÚBLICO.



¹ O presente texto está baseado no artigo “Práticas de recepção mediática como práticas de pertencimento público”, publicado em *Novos Olhares*, Departamento de Cinema, Rádio e TV, Universidade de São Paulo, Brasil, nº 3, 1999, p.12-30.

1.1. A temática do sentimento de pertencimento

O presente texto indaga quanto às possibilidades de se compreender as práticas de recepção a produtos mediáticos como práticas sustentadas no sentimento de pertencimento a espaços públicos.

Esta é uma hipótese hoje estudada diante de pelo menos dois desafios contextuais que se interpenetram: primeiro, na dimensão teórica, o reconhecimento cada dia mais intenso dos limites das reflexões hoje disponíveis para darem conta do campo da recepção mediática, sobretudo com a chegada dos novos suportes tecnológicos derivados da Internet e do mundo digital; segundo, na dimensão empírica, o reconhecimento da expansão do consumo dessa pluralidade de suportes por todo o mundo, configurando a hegemonia da comunicação, enquanto processo e enquanto media, na dinâmica da sociedade contemporânea. O estar junto social na sociedade complexa, o mundo mesmo das representações simbólicas em interação, cada vez mais se manifesta mediatizado.

As possibilidades interpretativas derivadas das práticas funcionalistas, bem como outras de cunho mais político e ideológico que desde o início do século marcaram o quadro teórico disponível para dar conta da emergência e da significação da comunicação e de suas tecnologias na vida urbano-industrial, se, de um lado, continuam sendo matrizes explicativas ainda hoje fundamentais, por outro lado, o contexto social tem se modificado, a modernidade capitalista passou ter sua nova expressão na globalização e a própria comunicação, quer em sua produção,

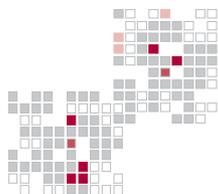
quer em seu consumo, se envolve com novas diretrizes e desafios.

As práticas de recepção mediática não se restringem mais só às relações mediadas pelo rádio, cinema, televisão e imprensa escrita e o receptor não pode mais ser visto como eixo polar final de uma relação só determinada desde a emissão representada pela produção. Na verdade, se ontem, como hoje, o processo comunicacional se define na articulação das dimensões de poder, cultura e tecnologia, esses parâmetros, em si mesmos e em sua articulação, mostram-se em mudança.

É nessa perspectiva de indagação, diante de um quadro em constante mudança, que aqui foram buscados os fluxos entre a recepção e o espaço público, ou o que Beaud, em outro contexto, assim expressava: buscar a “ligação entre as práticas sociais e a evolução conjunta do espaço público e dos processos de comunicação” (Beaud, 1985, p. 151).

É no avançar dessas demandas que aqui se privilegiou a análise das contribuições dos estudos culturais ingleses, na acepção que tem sido objeto de reinterpretação e atualização por parte de pesquisadores latino-americanos como Martín-Barbero e Canclini, tanto quanto se recorreu a estudos de pesquisadores franceses voltados ao estudo das mutações do espaço público contemporâneo, como Miège, Beaud, Floris, Pailliant, citados mais adiante, vinculados ao Gresec².

Importa, no entanto, resgatar que a temática do sentimento de pertencimento é ampla e complexa, extrapola seu uso semântico cotidiano, reflete caminhos interdisciplinares ainda pouco explorados, sobretudo em sua dimensão política.



² Gresec - Group de Recherche sur les Enjeux de la Communication - Université Stendhal de Grenoble, France. Tem em suas linhas mestras de trabalho: 1.A industrialização da informação e da cultura. 2.As mutações do espaço público: comunicação, territórios e organização. 3.A inserção social de novas tecnologias da informação e da comunicação. 4.Informática e comunicação. Entre seus pesquisadores estão: Bernard Miège, Isabelle Pailliant, Bernard Floris, Jean Caune, Paul Beaud, Jean-Michel Salaün, entre outros

Pode deixar de ser um sentimento para expressar-se em práticas sociais de pertencimento, um processo de inclusão.

Sua origem é vinculada aos estudos sobre socialização e especialmente reporta-se a estudos sobre organização e funcionamento de comunidades chamadas de “comunidades reais”, baseadas no contato face a face, localizadas no tempo e no espaço sociais. Nessa perspectiva é que surgem as acepções de pertencimento, fazer parte, inserção, ser incluído, ser membro e, mesmo, participação (Silverstone, 1999).

Horckheimer e Adorno (1973, p.156) citam Warner para definir comunidade como “uma pluralidade de homens com interesses, sentimentos, comportamentos e finalidades comuns, em virtude de sua pertença ao mesmo grupo social como estrutura constante em toda e qualquer forma de sociedade antiga ou moderna”. Mas é em Weber que, ao contrapor comunidade e sociedade, mais se especifica seu lugar no processo de socialização: “Chamamos comunidade a uma relação social quando a atitude na ação social [...] inspira-se no sentimento subjetivo (afetivo ou tradicional) dos partícipes da constituição de um todo[...] Chamamos sociedade uma relação social quando a atitude na ação social inspira-se numa compreensão de interesses por motivos sociais (de fins ou de valores) ou também numa visão de interesses com idêntica motivação [...]” (Weber, 1973, p. 140).

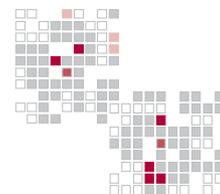
Essas acepções originais de comunidade foram sendo ampliadas na extensão de sua significação quando se percebe hoje a pluralidade de outras acepções com que o termo vem sendo utilizado: “comunidade imaginada” (Anderson, 1989, p. 15), “comunidade virtual” (Silverstone, 1999, p. 7), “comunidade de apropriação” (Orozco, 1996, p.129), “comunidade interpretativa” (Blanco, 1999, p.141), “comunidades hermenêuticas” (Martín-Barbero, 1996, p. 30), “comunidade e comunicação comunitária” (Paiva, 1998), entre

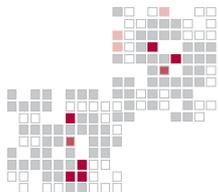
A temática do sentimento de pertencimento é ampla e complexa, extrapola seu uso semântico cotidiano, reflete caminhos interdisciplinares ainda pouco explorados, sobretudo em sua dimensão política.

outros usos. E o conceito de sentimento de pertencimento parece também se ampliar e diversificar em suas significações à medida que se amplia o de comunidade.

Veja-se, por exemplo, que pertencimento também se liga à socialização política, na esfera da cidadania, introduzida no debate sobre as próprias condições de acesso e uso de direitos, como se observa em Montero: “A reivindicação (e o reconhecimento) de direitos supõe, em princípio, que os atores sociais se sintam parte de uma sociedade política mais abrangente do que aquela definida pelo seu pertencimento à rede de sociabilidades primárias (família, etnia, religião etc.). No entanto, talvez esteja aí um dos nós górdios da questão da democracia no mundo contemporâneo: o enfraquecimento da capacidade dos sistemas democráticos de gerar sentimento de pertencimento a coletividades mais abstratas organizadas em torno do reconhecimento de direitos” (Montero, 1996, p.104).

O termo traz também tensão conforme se concebe a própria dimensão do que é cidadania, como aponta Dagnino “[...] a nova cidadania transcende uma referência central do conceito liberal que é reivindicação de acesso, inclusão, *membership*, pertencimento” (*belonging*) ao sistema político na medida em que o que está de fato em jogo é o direito de participar efetivamente da própria definição desse sistema, o direito de definir aquilo no qual queremos ser incluídos, a invenção de uma nova sociedade” (Dagnino, 1994, p.109).





Esses exemplos são indicativos de diferentes conotações que o termo pertencimento pode envolver. Adiante se explicitam caminhos através dos quais a questão está de alguma forma presente em estudos sobre comunicação social. É a partir daí que será possível visualizar reflexões que dão sentido à proposta-hipótese que dá título ao presente texto.

1.2. Pertencimento: comunidade e identidade

Em Martín-Barbero, o termo pertencimento está em contextos de análise, não tendo sido tomado como objeto específico de investigações ou de detalhamentos³. A questão perpassa seus textos em pelo menos duas direções inter-complementares ligadas especialmente a questão da identidade e do consumo. Primeiro, quando se conhece que a sociedade contemporânea é fragmentada, contexto que facilita a determinação e transformação de questões como aquelas relativas a povo e nação. Povo vem sendo substituído por público, base de um novo espaço público a medida em que há um entrelaçamento do público com os novos modos de simbolização e representação que abrem as redes comunicacionais e os fluxos de informação” (Martín-Barbero, 1997a, p. 91). Por outro lado, ao reconhecer a des-espacialização das cidades sugere que vêm surgindo reconfigurações do sentido de pertencimento e identidades cidadãs, “num contexto conflitivo entre povo-público, de uma cidade cada vez mais mediada por veículos de comunicação e de informação donde a cidade virtual” (Martín-Barbero, 1997a, p. 92).

Esse lugar mediador atual dos diferentes media

e especialmente seu lugar na busca da identidade numa sociedade fragmentada se revela quando se percebe que “se a televisão atrai é porque a rua expulsa, é dos medos que vivem os meios⁴. Medos que provém secularmente da perda do sentimento de pertencimento em cidades nas quais a racionalidade formal e comercial acaba com a paisagem em que se apoiava a memória coletiva...” (Martín-Barbero, 1996, p. 33).

Numa segunda direção, o sentimento de pertencimento é visto, nos textos de Martín-Barbero, como associado ao consumo, ora como “espaço de integração e comunicação de sentidos, como modo de circulação e popularização de sentido”, ora como espaço de objetivação de desejos: “dimensão fundamental [...] a dimensão libidinal, dimensão desejante [...] consumir faz parte da relação desejante entre sujeitos da interpretação que nos constitui como sujeitos” (Martín-Barbero, 1995, p.62).

Os meios de comunicação se situam como mediadores desse caos e dessa fragmentação, ou muitas vezes chegam a ser “uma compensação nessa desarticulação, produzindo no imaginário das pessoas certas articulações [...] estão compensando as novas formas de solidão, os novos isolamentos, através da diferenciação, as convocações tribais que estimulam a configuração de audiência e de públicos” (Martín-Barbero, 1995b, p. 152).

Assim, os media são vistos como espaço aglutinador na fragmentação social, espaço de centralização nesses processos de exclusão das pessoas. Aqui, identidade confunde-se com a busca de um comum, com mediações entre o vivido isolado, fragmentado e diferente, e a necessidade de seu oposto pela inclusão.

A noção de pertencimento através dos media,

³ Jesús Martín-Barbero e Néstor García Canclini têm publicado diferentes livros e um número grande de textos, papers e conferências. Não foi feita uma análise exaustiva de todas suas obras. Aqui são referenciadas, na bibliografia, algumas de suas obras disponíveis até a presente data e que mais de perto se relacionam às questões aqui de objeto de estudo.

⁴ Vide Martín-Barbero, 1996.

Os meios de comunicação lidam com um comum social de informações,
valores e necessidades que constituem a representação
do que passa a ser buscado e circulado na concretude de práticas
cotidianas, segundo tempo e espaços sociais definidos.

expressão da busca de identidade, acaba sendo a configuração dada por Martín-Barbero ao termo. Embora essa noção de identidade exija ser melhor detalhada, observe-se que esse acento político, caminho por meio do qual se introduz a temática da cidadania, é chave nos estudos de Canclini, já pela análise cultural do significado de consumo na vida contemporânea.

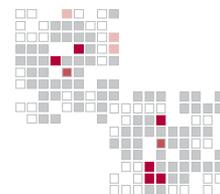
É o que se observa quando ele diz: “ser cidadão não tem a ver com os direitos reconhecidos pelos aparelhos estatais para os que nasceram em um território, mas também com as práticas sociais e culturais que dão sentido ao pertencimento e fazem com que se sintam diferentes os que possuem uma mesma língua, formas semelhantes de organização e satisfação de suas necessidades” (Canclini, 1995, p. 22).

Assume-se que a cidadania não se refere apenas à satisfação dos direitos que levam à igualdade mas também daqueles que se reportam à diferença como componentes também da democracia. A questão envolve o debate sobre as ciladas que a questão da diferença pode assumir quando tomada como discriminação, o que leva a sua denúncia, e seu lugar transformador, ou então como justificativa conservadora de se buscar a sua manutenção pelo próprio direito de igualdade (Dagnino, 1994, p.13 e Perucci, 1999). Essa direção de percepção da cidadania, não só mais política e voltada para a satisfação de necessidades e direitos, mas ampliada ao social e ao cultural, é bem expressão das mudanças sendo vivenciadas em especial na América Latina.

É entre esses novos cenários, como o redimensionamento das instituições e dos circuitos de exercício do público, a reformulação dos padrões

de assentamento e de convivência urbanos, a preocupação com a qualidade de vida, a reelaboração do mesmo, que Canclini indica que há a conseqüente redefinição do senso de pertencimento e identidade, organizado cada vez menos por lealdades locais ou nacionais e mais pela participação em comunidades transnacionais ou desterritorializadas de consumidores (os jovens em torno do rock, os telespectadores que acompanham os programas da CNN, da MTV e outras redes transmitidas por satélite)” (Canclini, 1995, p. 28).

O pertencimento se reforça como estratégia simbólica de busca de inclusão ante contextos de fragmentação derivados de processos de desigualdade cada vez mais intensos. O pressuposto social faz a politização desse mesmo social, e ao determinar a necessidade de pertencimento, também direciona, a luta pela passagem da desigualdade à igualdade. Levam estes elementos fatores de conflito social e por isso mesmo também bases de uma desejada sociedade democrática. E assim, os meios de comunicação, como mediadores desse processo, atuando na esfera simbólica através de gêneros e formatos tanto quanto de veículos diversos, lidam com um comum social de informações, valores e necessidades que constituem a representação do que passa a ser buscado e circulado na concretude de práticas cotidianas, segundo tempo e espaços sociais definidos. Entendendo cidadania, na acepção já definida anteriormente por Dagnino como direito não apenas de ter direitos mas também de defini-los, pertencimento pode se confundir com participação, uma expressão simbólica possível de concretização e ação nas práticas cotidianas desta mesma participação.



Observe-se que a temática do pertencimento, tanto para Martín-Barbero quanto para Canclini, embora sob arrazoados próximos mas nem sempre semelhantes, têm sua convergência em três direções, ou seja, identidade, comunidade e cidadania. Essas três categorias são recorrentes entre si e também sinalizadoras não só de sua adequação no contexto histórico da realidade

Comunidade se coloca como mediação entre o material e o simbólico, o vívido e o imaginado, o local e o global, o público e o particular.

sociocultural de países da América Latina como da pertinência de seu estudo anteriormente no contexto dos estudos culturais ingleses.

De fato, quando são aprofundadas análises dessas três dimensões do sentimento de pertencimento em autores mais diretamente vinculados aos estudos culturais ingleses, observa-se que identidade e comunidade têm entre si muitas aproximações. Estas primeiras constatações estão também presentes, por exemplo, no texto de Hall quando reconhece que vive-se hoje na sociedade pós-moderna uma crise de identidade.

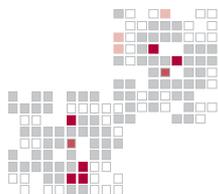
Crise porque estaria sendo vivido hoje um duplo deslocamento – “descentralização dos indivíduos tanto de seu lugar no mundo social e cultural quanto de si mesmos... uma ‘crise de identidade’ para o indivíduo” (Hall, 1999, p. 9). Isso se dá no contexto da sociedade do século XX onde estão se “fragmentando as paisagens culturais de classe, gênero e sexualidade, etnia, raça e racionalidade que no passado nos tinham fornecido sólidas localizações como indivíduos sociais” (Hall, 1999, p. 9). Essa situação de crise, na verdade, é a ausência de referências para viver a vida, donde a dificuldade de sentidos a serem dados a essa mesma vida, individual e coletivamente.

Esses deslocamentos na esfera na identidade envolvem também o deslocamento do sujeito,

diferente da desagregação do sujeito na tardia sociedade moderna. É o que Hall defende quando aponta que o discurso e o pensamento durante o século XX foi sendo descentrado pelo impacto de cinco elementos do pensamento formado no século anterior e representado pelo pensamento marxista, o pensamento freudiano, a lingüística de Saussure, a questão do poder disciplinador de Foucault e o feminismo. Assim, sujeito descentrado e identidade em crise seriam os elementos fundamentais que justificam o sentimento de pertencimento como um traço da sociedade contemporânea na busca de encontros referenciais num contexto que os eliminou. Uma dimensão simbólica de pertencimento, ampliando sua significação à da esfera organizacional e imediata das relações sociais face a face, portanto, numa visão também ampliada de comunidade.

Justifica-se assim porque Hall, servindo-se do conceito de comunidade imaginada de Anderson, visualiza a identidade como processo simbólico de busca de algo comum imaginado, donde a dimensão de pertencimento. Recorde-se que Anderson ao recompor o conceito de nação como sendo uma narrativa, portanto uma realidade imaginada, marcada pela continuidade, tradição e atemporalidade, ao mesmo tempo que alimentada pelos mitos fundacionais, pela invenção e pela idéia de povo, identifica o que denominava de comunidade imaginada, no caso, a própria concepção de nação (1989, p.15). Entende-se então, porque apropriando-se em Anderson, Hall assegura que “as culturas racionais são compostas não apenas de instituições culturais, mas também de símbolos e representações”, de onde a afirmação de que “a identidade nacional é uma comunidade imaginada” (Hall, 1999, p. 51).

Caberia perguntar como tratar a diferença e seu lugar na reinterpretação que marca a vida cultural numa “comunidade imaginada” Hall (1999, p. 58) lembra que “as memórias do passado, o desejo por viver em conjunto, a perpetuação da herança”,



são componentes desse processo narrativo que constitui a nação, no caso, a comunidade imaginada. Lembra ainda que “em vez de pensar as culturas nacionais como unificadas, deveríamos pensá-las como constituindo um dispositivo discursivo que representa a diferença como unidade ou identidade. Elas são atravessadas por profundas diferenças internas, são ‘unificadas’ apenas através do exercício de diferentes formas de poder cultural. Entretanto, como nas fantasias do ‘eu’ inteiro de que fala a psicanálise lacanianas identidades nacionais continuam a ser representadas como unificadas” (Hall, 1999, p. 62).

Em Silverstone (1995) percebe-se melhor como a temática do pertencimento se liga à identidade em comunidades imaginadas, com o concurso do que ele chama de novos media. Ele introduz inclusive que o tema da comunidade ressurgiu hoje, e reelaborado, em decorrência mesmo da presença e da expansão dos novos media. E isso é um fator de tensão dado que envolve analisar como as formas de sociabilidade se sustentam e tornam possível nosso estar junto na tardia sociedade moderna atual. Comunidade se coloca como mediação entre o material e o simbólico, o vívido e o imaginado, o local e o global, o público e o particular. Veja-se que estas mediações são plausíveis de mais explicações. Primeiro, segundo Silverstone, apoiando-se em Calhoun, comunidade não é um lugar onde uma parte da sociedade se agrega. Poderia ser aquilo que é vivido pelo povo de forma densa, múltipla, numa rede autônoma de relações sociais. Mas, apoiando-se agora em Cohen, entende que comunidade é mais do que a materialidade espaço-tempo, é uma formação simbólica, o produto do investimento de seus membros, um sentido similar de coisas genericamente colocadas, ou mesmo em seus aspectos específicos. É a sua vinculação a um corpo comum de símbolos, o cerne do sentimento, algo que reside no pensamento mesmo das pessoas (1999, p. 9).

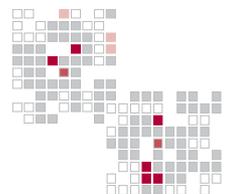
Num segundo instante esse caráter mediador se explica porque hoje tem-se a comunidade real (ou comunidade orgânica), a vivida, e localizada no espaço-tempo, inclusiva e exclusiva, sobre a qual somos nostálgicos, e hoje sendo destruída pela modernidade. Mas tem-se, também, a comunidade imaginada, composta por práticas ligadas a uma agenda cultural mediada. E, além disso, a comunidade virtual, uma certa efervescência de contatos baseados numa rede eletrônica. E nesses caminhos, essas configurações se reportam à preocupação de pertencer, de ser membro, segundo Silverstone.

Enfim, num terceiro instante, caberia apontar as conseqüências políticas, econômicas e de sociabilidade daí decorrentes. Sob o ponto de vista político estas novas formas de participação geradas pelo sentido atualizado de comunidade também envolvem a democracia, ou, quem sabe, um novo espaço público (Silverstone, 1999, p. 13).

É aqui que se dá a passagem do comum, enquanto aquele todo (Weber) que congrega o diverso e o plural das experiências vividas, razão de identidade-comunidade, ainda que em sentidos ampliados, para o comum que histórica e culturalmente, no tempo e no espaço, são objetos de uma construção, donde a vinculação com espaço público.

Chambat (1995, p. 71) adverte que é importante qualificar a natureza do liame que faz as pessoas realizarem a experiência do estar junto, donde a distinção entre comunidade e mundo comum. Para ele, enquanto comunidade se apóia sobre uma identidade preexistente (língua, etnia) que define a fronteira do espaço público e que determina o objetivo da decisão coletiva (manter a identidade comum), o mundo comum é marcado por uma identidade a ser construída através da participação no espaço público.

A questão do que é social e simbolicamente construído como comum passa a ser o eixo que explica diferentes tradições de pesquisa sobre o



pertencimento. É aqui que um dos caminhos está no estudar o que Paiva (1998) advoga a busca do espírito comum, no contexto da comunicação numa sociedade globalizada. Mas é aqui que também se estabelece uma nova ponte, agora com os estudos sobre as mediações do espaço público contemporâneo.

1.3. Pertencimento: espaço público e objetivação de si

A temática do espaço público apontada em Silverstone, em Canclini e Martín-Barbero, há pouco, permeia suas análises mas não é objeto de um aprofundamento que dê conta sobre a

O espaço público não se define mais só pela argumentação, pela força social do debate, mas também pela presença dos condicionantes do mundo simbólico

acepção com que é tomada, no contexto de diferentes posturas hoje sendo pesquisadas sobre mutações do espaço público e, especialmente, na relação entre pertencimento e espaço público.

Quando se desloca a questão do pertencimento para o contexto da tradição emergente de análise do espaço público na contemporaneidade, na ótica dos pesquisadores do Gresec, surgem pistas novas sobre o espaço público.

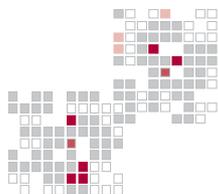
Beaud (1985) envolve a análise do pertencimento na constatação de que na sociedade contemporânea o social vem encontrando sua autonomia, força e secularização. À medida que aumentam as demandas sociais e à medida que o estado se mostra incapaz de atendê-las, não só os atores institucionais vivem o conflito das demandas propostas e não atendidas, como toda a estrutura do político passa a depender desse conflito gerado a partir do social salientando-se, então, a necessidade da estratégia da negociação

nas sociedades democráticas. É a esse processo entre o social e o político que Beaud denomina de ampliação de fronteiras: o social permeia o político ao mesmo tempo em que o cultural e se expressa como constituinte da esfera pública ao mesmo tempo em que da esfera privada, familiar, indo até as novas formas de socialização e que se colocam como a própria expressão do conflito, ou seja, das bases da democracia. As possibilidades e a direção do esforço democrático ficam atreladas a essa capacidade de encaminhamento das tensões sociais, aumentadas pela atuação crescente do mercado, num jogo onde o social, o estado e o mercado se colocam como principais agentes. Então, diz Beaud, “cada um é chamado a pensar enquanto indivíduo social em relação às novas formas de pertencimento social e de sua integração” (1985, p.131).

O que é por ele denominado de objetivação de si é exatamente o mecanismo de realização do pertencimento enquanto objetivação na esfera pública das representações criadas sobre si mesmo e a sociedade. É essa objetivação que dá sentido as práticas sociais tanto quanto é através dos meios de comunicação que são legitimados muitos dos seus elementos.

Isto está dentro de um contexto interpretativo de espaço público não só político como social, um contexto que gera não um espaço público único mas espaços públicos plurais e parciais. (Miège, 1995), a um só tempo político e social, tem que dar conta da desigualdade de interesses e de posição de atores, das novas configurações do contexto de uma sociedade democrática e definida pelo signo do conflito.

Tem-se ainda que na crítica ao espaço público conforme proposto por Habermas, a partir do principio da publicidade (1984), ou mesmo ao objetivo discursivo da competência, como condição para a interlocução argumentada dos atores, que as formas de estar junto não são mais só sob a ótica do espaço físico, nem sob a ótica da



O comum é a fronteira entre a comunidade, um comum-identidade, âmbito de comunidades simbólicas, e outro comum, os desdobramentos do anterior, que se revela na construção de uma significação conflitiva ainda em exercício

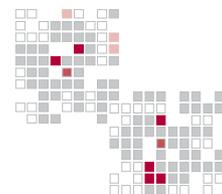
presença imediata dos atores em espaços físicos. O objetivo da publicidade burguesa de “pessoas privadas reunidas em público”, é hoje necessariamente mediado, diz Floris (1995, 124). O espaço público não se define mais só pela argumentação, pela força social do debate, mas também pela presença dos condicionantes do mundo simbólico, a mediação da cultura, como também pela pluralidade de instituições que compõem os diferentes campos da vida social, inclusive os das comunicações.

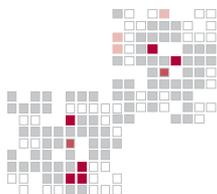
1.4. A recepção como prática de pertencimento público

As perspectivas até aqui apontadas quanto ao sentimento de pertencimento, embora derivadas de tradições distintas de pesquisa e voltadas a objetos igualmente distintos, têm muitos aspectos em comum. O primeiro deles é a compreensão da dimensão simbólica que estrutura o sentimento de pertencimento, ora quando é vinculado a comunidades imaginadas, ora quando torna-se expressão da objetivação de si em espaços públicos. Um segundo aspecto que aproxima estas perspectivas é que elas trabalham na confluência de fronteiras entre o público e o privado, o real e o imaginado, a fragmentação e a identidade, mas sobretudo entre as fronteiras da comunidade e da sociedade. Isso traz uma dimensão ampliada à compreensão do pertencimento, porque comunidade não só se reporta mais só ao território físico, às relações face a face, ao velho, contraposto a sociedade, como sendo o novo (Tönnies, 1973, p. 98). Um terceiro aspecto que as aproxima é o

reconhecimento do lugar singular que a comunicação representa hoje na construção da identidade cultural tanto quanto na construção de espaços públicos, donde dimensões novas que permeiam a compreensão também do sentimento de pertencimento. Enfim, um quarto aspecto que aproxima estas duas perspectivas está no reconhecimento de que o pertencimento parte da esfera subjetiva para se realizar na dimensão de algo que ora é chamado de comum, ora de público, mas que de alguma forma traduz a desocultação e sintonia das práticas vividas no cotidiano e sua relação no social e cultural mais amplo, sua realização no estar junto buscado. É essa dimensão de comum que também os diferencia. Talvez se possa assegurar que o comum se constitui naquele todo que mantém o sentimento de pertencimento, mas ele se confunde com o que é tradicionalmente constituído com o que é socialmente sendo objeto de constituição. É a fronteira entre a comunidade, um comum-identidade, âmbito de comunidades simbólicas, e outro comum, os desdobramentos do anterior, que se revela na construção de uma significação conflitiva ainda em exercício, donde os espaços públicos. Esse parece ser o elo por onde se dá o limite entre comunidade-sociedade, mas também a linha limite por onde o pertencimento igualmente se amplia e diversifica enquanto âmbito de significação.

Atente-se, no entanto, que todas essas reflexões não são trabalhadas pelos autores citados, de imediato, sob o ponto de vista da recepção aos meios de comunicação. E seria temerário fazer pressupor que o sentimento de pertencimento a





espaços públicos nas experiências cotidianas de recepção mediática seria uma derivação inerente ou necessária a vida social contemporânea?

A concepção renovada em que hoje são abordados os estudos de recepção mediática, a partir dos estudos culturais, dão novas possibilidades de debate da questão. Recorde-se que estes estudos propõem a estratégia metodológica de situar desde as práticas culturais o eixo através do qual se analisa o processo comunicacional como um todo, deslocando-se para o receptor a possibilidade de também reconhecê-lo como sujeito e ator de um processo mais amplo e complexo do que aquele que o circunscrevia apenas ao emissor e às tecnologias de suporte. Assim, o estudo da recepção não se limita a relação emissor-receptor, mas envolve uma relação mais ampla com a própria vida social onde estão inclusive os diferentes media e a teia social de sentidos que fazem circular, para além de instrumentos de relação causa-efeito entre emissor-receptor. Com essa estratégia passa-se a reconhecer que as diferentes mediações sociais são o entorno cultural, a matriz de sentidos que alimenta a relação emissor receptor, agora ressignificada nessa contextualização.

Assim, a mesma significação estratégica que tem as categorias da mediação para a compreensão simbólica da recepção mediática é aqui retomada para significar que através delas o pertencimento

simbólico é a expressão desse comum-público que os diferentes media fazem circular. Assim, não só o processo comunicacional permeia hoje a configuração do espaço público como não seria temerário visualizar as práticas de recepção como práticas de pertencimento público, ainda que a partir de experiências de práticas privadas de acesso mediático.

Essas inter-relações conceituais entre perspectivas interpretativas tão distintas e ao mesmo tempo tão próximas possibilitam ângulos novos de compreensão da recepção mediática e poder-se-ia, então, apoiar a respeito desse caminhar em Miège (1990, p. 17) quando afirma a necessidade de se encontrar estratégias metodológicas transversais quando são buscadas inter-relações conceituais e teóricas sobre uma questão-problema, e mesmo que sem buscar proposições de médio alcance, mas que introduzam novos ângulos através dos quais as questões de investigações possam ser encaminhadas.

No entanto, há que se reconhecer que a hipótese proposta aqui exige análise de diversas outras problemáticas relacionadas, como a interação e distinção entre subjetividade e cidadania, o lugar do sujeito e os novos movimentos sociais, a interação entre os novos media e os novos modos de vida, de forma coerente com a perspectiva de que a recepção é um processo ativo, social e politicamente dado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDERSON, Benedict. *Nação e consciência nacional*. São Paulo: Ática, 1989.

BEAUD, Paul. *Medias, mediations et mediateurs dans la société industrielle*. Grenoble: These Doctorat D'Etat, 1985.

BLANCO, Victor F. S. "Efectos de los medios de comunicación sobre la opinión pública: los paradigmas sobre el poder del público". *Rev. Com. e política*, VI, n.1, Rio de Janeiro: 1999.

CANCLINI, Néstor Garcia. *Consumidores e Cidadãos*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.

_____. "Culturas híbridas e estratégias Comunicacionais". *Rev. Estudos sobre las culturas contemporâneas*. Época II, vol.III, n. 5, jun.1997.

CHAMBAT, P. . "Espace public, espace privé: le role de la mediation technique". *In: PAILLIART, Isabelle. L'espace public et l'emprise de la communication*. Grenoble: ELLUG, 1995.

DAGNINO, Evelina. "Os movimentos sociais e a emergência de uma nova noção de cidadania". *In: DAGNINO, Evelina (org.). Anos 90 - política e sociedade no Brasil*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP e A, 1999.
- HORKHEIMER, M. e ADORNO T. W. (orgs.). *Temas básicos da Sociologia*. São Paulo: Cultrix, 1973.
- MARCONDES FILHO, Ciro. *A linguagem da sedução*. São Paulo: Perspectiva, 1988.
- MARTÍN-BARBERO, J. “América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social”. In: SOUSA, Mauro Wilton. *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 36/68, 1995.
- _____. *Pré-textos*. Cali: Centro Editorial Univ. del Valle, 1995b.
- _____. “La ciudad virtual”. *Revista de la Universidad del Valle*, n. 14, ago. Cali: 1996.
- _____. “Descentramiento cultural y palimpsestos de identidad”. *Rev. Estudios sobre las culturas contemporaneas*. México: Época II, vol. III, n. 5, jun. 1997a.
- _____. *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro: 1997b.
- _____. “Comunicação e cidade: entre meios e medos”. *Rev. Novos Olhares*, n.1, 1998.
- MATTELART, M. E MATTELART, A. “La Recepcion: el retorno al sujeto”. *Rev. Diálogos de la comunicación*, n. 30, jun. 1991.
- MIÈGE, Bernard. “Playdoer pour les problematiques transversales et partielles”. In: MIÈGE, Bernard. *Medias et communication en Europe*. Grenoble: P.U.G., 1990.
- _____. “L’espace public: perpétue, elargi, et fragmenté”. In: PAILLIART, Isabelle. *L’espace public et l’emprise de la communication*. Grenoble: ELLUG, 1995.
- _____. *El pensamiento comunicacional*. México: Universidad Ibero Americana, 1996.
- MONTEIRO, Paula. “Cultura e democracia no processo de globalização”. *Rev. Novos Estudos Cebrap*, n. 44, mar. 1996.
- OROZCO, G. “Los caminos de la recepción”. *Rev. Signo y pensamiento*, México: n. 29, 1996, p. 129.
- PAIVA, Raquel. *O espírito comum*. Petrópolis: Vozes, 1998.
- PIERUCCI, Antonio Flávio. *Cidades da diferença*. São Paulo: Ed. 34, 1999.
- SILVERSTONE, R. *New media and community*. Paper, London School of Economics and Political Science. London: set. 1999.
- TÖNNIES, F. “Comunidade e sociedade como entidades típico-ideais”. In: FERNANDES, Florestan. *Comunidade e sociedade*. São Paulo: Biblioteca Universitária, 1973.
- WEBER, Max. “Comunidade e sociedade como estruturas de socialização”. In: FERNANDES, Florestan (org.). *Comunidade e sociedade*. São Paulo: Biblioteca Universitária, 1973.

