

RECEPÇÃO MEDIÁTICA COMO LINGUAGEM DE PERTENCIMENTO: ENTRE O COMUM E O PÚBLICO¹

Uma análise crítica da bibliografia a respeito

Mauro Wilton de Sousa²

***Resumo:** Na perspectiva de buscar compreender as práticas de recepção mediática como expressão do sentimento de pertencimento a espaços públicos, o presente texto aponta preliminarmente uma análise crítica de literatura sobre comunicação visando problematizar caminhos por onde a relação entre pertencimento e comunicação vem sendo hoje estudada e por onde pode ser aprofundada.*

***Palavras-Chave:** Pertencimento – Recepção Mediática – Público – Comum.*

1. Introdução

O tema da Comunidade tem estado presente de forma constante na literatura contemporânea sobre comunicação mediática. Retomado hoje segundo significações ampliadas desde sua concepção originária nas Ciências Humanas e Sociais, sua presença não se vincula apenas a estudos sobre comunicação e cultura, mas também sobre comunicação e política.

Sua atualidade e diversidade se situam no contexto da modernidade capitalista marcada pela fragmentação da experiência de vida, pelas mutações do sujeito e da identidade, pela oscilação dos valores de referência coletiva, enfim, pelas implicações advindas do que se denomina globalização.

É nesse contexto de uma sociedade desigual que soa intrigante e contraditório entender vinculações crescentes entre comunicação e cultura desde a perspectiva de comunidade como que retomando a dualidade tradicional entre comunidade e sociedade. Em contexto recente de pesquisa sobre recepção mediática no âmbito da cultura e da política, a questão do sentimento

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Mídia e Recepção”, do XV Encontro da Compós, na Unesp, Bauru, SP, em junho de 2006.

² Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo – mwsousa@usp.br

de pertencimento se mostrou igualmente presente na análise de práticas comunicacionais derivando daí indagações sobre a característica e a pertinência de seu uso na atualidade. À medida que temas paralelos como o da emancipação política ou da exclusão social são também retomados é pertinente a questão de base subentendida – o que motiva o pertencimento nesse contexto da sociedade contemporânea – em especial, quanto ao papel da comunicação mediática.

O avanço no estudo dessas questões tem levado à perspectiva de compreensão das práticas de recepção mediática como expressão do sentimento de pertencimento a espaços públicos, tema específico de pesquisa acadêmica ora em desenvolvimento³. Enquanto perspectiva esta é também uma hipótese e, por isso mesmo, é provocativa e complexa.

Embora instigante, esta perspectiva de pesquisa é exigente de cuidados ora quanto a dificuldade de um trabalho interdisciplinar como tal, ora pelas implicações de privilegiamento da recepção mediática diante de um contexto conceitual e teórico em comunicação que a tem trabalhado diferentemente, ora enfim, pelas implicações teóricas e metodológicas envolvidas.

Uma advertência de Miège (1990, p. 17-22), abre, no entanto, espaço para este estudo ao assinalar a importância de estratégias metodológicas transversais quando são buscadas inter-relações conceituais e teóricas sobre uma situação problema, mesmo que sem buscar proposições de médio alcance, mas que introduzam novos ângulos através dos quais as questões de investigação possam ser encaminhadas.

Ainda que dentro de objetivos mais amplos, o presente texto apenas se concentra na análise crítica de bibliografia disponível sobre comunicação na contemporaneidade buscando indicadores que possam sustentar a perspectiva de compreensão das práticas de recepção mediática enquanto mediação entre sentimento de pertencimento a espaços públicos.

³ O presente texto se situa dentro de projeto de pesquisa sendo desenvolvido pelo Grupo de Estudos sobre Práticas de Recepção Mediática da ECA – USP, com o apoio do CNPq, sob o tema da recepção mediática e linguagens de pertencimento público. A colaboração do bolsista CNPq – PIBIC Ângelo Ravazi na condução do projeto e do presente texto é aqui reconhecida e agradecida. Vide: SOUSA, M. W. **Práticas de Recepção Mediática como Práticas de Pertencimento Público**. São Paulo: Revista Novos Olhares, ECA-USP, n. 03, 1999, p. 12-29; SOUSA, M. W. **Recepção Mediática: linguagem de pertencimento**. São Paulo: Revista Latinoamericana de Ciências de la Comunicación, n. 02, Enero/Junio 2005, p. 11-21.

2. O sentimento de pertencimento

A temática do sentimento de pertencimento não é originária dos estudos de comunicação. É um conceito que se liga ao de comunidade e nele originalmente se explica, surgindo nos estudos matrizes de antropologia e de sociologia na explicação de processos de socialização bem como de formas de organização e funcionamento da sociedade. Em Weber (1973, p. 140), isso é bem explícito:

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 a uma relação social quando a atitude na ação social inspira-se numa compensação de interesses por motivos racionais (de fins ou valores) ou então numa união de interesses com idêntica motivação...

A dimensão motivadora subjetiva é o próprio sentimento que quando vinculado à participação em um todo se realiza enquanto pertencimento. Atente-se para a significação da motivação subjetiva, enquanto inspiradora da ação social que se realiza na busca mesma de um todo.

A compreensão de que o sentimento motivador está na esfera subjetiva tem em outros autores ampliação quando se refere à possibilidade de que interesses, que para Weber estão presentes na concepção de sociedade, possam gerar sentimento de pertencimento. É o que se depreende, por exemplo, da afirmação de Warner, citado por Horckheimer e Adorno (1973, p. 156) em texto crítico destes sobre comunidade: “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.”

A perspectiva da ação social tem a sua expressão para Silverstone (1999) no ato de fazer parte, de inserção, de ser membro, mas também, como consequência, do participar. Saliente-se que é o vetor comum, o fim da ação social ou da participação, que na verdade se coloca como um pólo objetivo motivador do sentimento de pertencimento ainda que ao lado de outro pólo, o da esfera do subjetivo, como adiante será aprofundado.

Essas acepções originais vinculadas à compreensão da comunidade foram sendo ampliadas na extensão de sua significação e se percebe hoje a pluralidade de acepções com que vêm sendo trabalhadas: “Comunidade imaginada” (Anderson, 1989, p. 15); “Comunidade virtual” (Silverstone, 1999, p. 07); “Comunidade de apropriação” (Orozco

Gómez, 1996, p. 129); “Comunidade interpretativa” (Blanco, 1999, p. 14); “Comunidades hermenêuticas” (Martin-Barbero, 1996, p. 30), entre outros, ou abordagens a respeito, por exemplo sobre o espírito comum em comunidade e comunicação (Paiva, 1998), comunidade e segurança (Bauman, 2003), comunidade e o estar junto social (Touraine, 1998).

O sentimento de pertencimento se amplia e se diversifica em suas significações à medida que também se amplia o de comunidade, não se restringindo mais à oposição inicial entre comunidade e sociedade, deslocando-se da visão inicial de um comunitarismo organizacional e relacional para uma outra presença na sociedade onde hoje se realiza o estar junto social.

É o que se dá na esfera da socialização política, na esfera da cidadania, na discussão sobre as próprias condições de acesso e de uso dos direitos, os diferentes processos de inclusão na vida social disponível:

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 do mundo contemporâneo: o enfraquecimento da capacidade dos sistemas democráticos de gerar sentimento de pertencimento à coletividades mais abstratas organizadas em torno do reconhecimento de direitos (Monteiro, 1996, p. 104).

O conceito de pertencimento pode também ser visto como limitado conforme a compreensão que dele se tem:

... 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).

O objeto que enquanto interesse motiva o pertencer passa a ser fundamental na caracterização da sua busca ora definida como todo, como comum, ou ainda como fim da ação social.

3. Pertencimento e o comum - comunidade⁴

No âmbito dos estudos que aproximam comunicação e cultura na contemporaneidade, Martin-Barbero e Canclini, Siverstone e Hall são indicativos, entre outros, da oportunidade atribuída ao sentimento de pertencimento em uma pluralidade de significações: ele se liga,

⁴ Os itens 3 e 4, a seguir, têm referência anterior em SOUSA, M. W. 1999 e SOUSA, M. W. 2005.

ora a questões da identidade ou do consumo, ora a expressão na esfera simbólica da necessidade do estar junto, ou ainda a dimensão política presente nas questões da cidadania.

O tema perpassa vários textos de Martín-Barbero em pelo menos duas direções complementares, ligadas essencialmente às questões da identidade e do consumo. Da identidade quando reconhece 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 à medida 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 indica 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 meios. Medos que provêm secretamente 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, em 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” (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).

A noção de pertencimento através dos media na busca de uma identidade acaba sendo a configuração dada por Martín-Barbero ao termo, numa conotação mais para o social do que para o político. Embora essa noção de identidade exija ser melhor detalhada, observe-se que

sua dimensão política, caminho através do qual se introduz a temática da cidadania, é chave nos estudos de Canclini, já pela análise cultural do significado do 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 à 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 Pierucci, 1999). Essa direção de percepção da cidadania, de forma não só mais política e voltada a satisfação de necessidades e direitos, mas de forma ampliada ao social e ao cultural, é bem expressão das mudanças sendo vivenciadas em especial na América Latina.

É entre esses novos cenários, como 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 próprio, 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).

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

Estas primeiras constatações estão também presentes, por exemplo, nos textos 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 - “descentração 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. 09). 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 nacionalidade que no passado nos tinham fornecido sólidas localizações como indivíduos sociais” (Hall, 1999, p. 09). 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 da identidade envolvem também o descentramento do sujeito, diferente da sua desagregação na tardia sociedade moderna. É o que Hall defende quando aponta que o discurso e o pensamento durante o século XX foram sendo descentrados pelo impacto de cinco elementos do pensamento formado no século anterior: o 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 as eliminou. Uma dimensão simbólica de pertencimento, ampliando sua significação para além 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 intemporalidade, ao mesmo tempo que alimentada pelos mitos fundacionais, pela invenção e pela idéia de povo, identifica o que denomina de comunidade imaginada, no caso, a própria concepção de nação (1989, p. 15). Entende-se então, porque apoiando-se em Anderson, Hall assegure que “as culturas nacionais são compostas não apenas de instituições culturais, mas também de símbolos e representações”, donde a afirmação de que “a identidade nacional é uma comunidade imaginada” (Hall, 1999, p. 51).

Mas caberia perguntar como tratar a diferença e seu lugar na reinterpretação que marca a vida cultural numa “comunidade imaginada”. Hall (1999, p. 58) 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 lacaniana - as identidades nacionais continuam a ser representadas como unificadas” (Hall, 1999, p. 62).

Em Silverstone (1999) a temática do pertencimento se liga à identidade em comunidades imaginadas, com o concurso do que ele chama de novos media. Ele salienta que o tema da comunidade ressurge 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 moderna sociedade atual. Comunidade se coloca como mediação entre o material e o simbólico, o vivido e o imaginado, o local e o global, o público e o particular. Estas mediações são plausíveis de maior explicação. 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. 09).

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 tem-se também 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 imbricações 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 (1999, p. 13).

Atente-se que em todos os autores citados, embora mais imediatamente se coloquem frente às questões da identidade, do consumo e da cidadania, há recorrência ao conceito de pertencimento na mesma proporção em que é apontada a ausência, limitação ou fragmentação do todo, da ação social (Weber), do comum social, real ou imaginado, que objetivamente motive o estar junto social. Esse comum ausente é de forma ampliada, tomada na esfera motivadora do simbólico, como comunidade imaginada. A comunicação, por seus suportes tecnológicos, exerce exatamente o papel mediador de negociação de demandas que estão além das necessidades da produção e do consumo, mas que se ancoram na busca de um comum motivador em nível individual do estar junto coletivo. Retome-se aqui a significação pois de estudos que advogam a busca do “espírito comum” (Paiva, 1998), ou que sugerem a mutação na identidade cultural – “identidade líquida” (Gioielli, 2005).

4. Pertencimento e o comum – o espaço público

Na literatura sobre comunicação e cultura, o conceito de sentimento de pertencimento é também vinculado ao de espaço público. Em Martin-Barbero e Canclini a questão abrange o reconhecimento da crise do Estado-Nação, as dificuldades contemporâneas de um Estado fragilizado no contexto de um mercado forte e de uma globalização crescente. Muitas vezes se envolve com democracia, com lugar aglutinador que cabe aos meios de comunicação com a necessidade crescente da emancipação pelo exercício da cidadania e da inclusão social e política.

As questões sobre pertencimento e comunicação na perspectiva do espaço público têm nos pesquisadores do GRESEC⁵ contribuições importantes. Beaud (1985) centraliza a análise do pertencimento na constatação de que na sociedade contemporânea o social vem encontrando sua autonomização, 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,

⁵ GRESEC – Group de Recherche sur les Enjeux de la Communication – Université Stendhal de Grenoble, France.

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 que o cultural e se expressa como constituinte da esfera pública ao mesmo tempo 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. Pertencimento e objetivação de si se aproximam conceitualmente.

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).

O cenário de sustentação dessas indicações repousa desde logo na compreensão de que hoje se vive uma sociedade marcada não só pela quantidade como pela diversidade de democracias emergentes frente a outras já consagradas o que justifica a variedade e multiplicidade de modelos. À medida que essas democracias não se limitam à formações sociais geopolíticas, à circunscrição ao nacional-físico, o exercício do poder político e das formas de sua expressão se ligam cada vez mais à capacidade interativa internacional, levando ao deslocamento dos eixos por onde se estrutura e se legitima o poder. Não só governos e Estados perpassam esse caminho como o mercado e a sociedade civil. Daí a simultaneidade de processos entre o nacional e o internacional, o global e o local.

O espaço público nas sociedades de massa perpassaria esse cenário: tem que dar conta da esfera do poder político, a gestão mesma do poder na extensão de sociedades igualmente plurais, mas tem que dar conta das demandas sociais e culturais advindas dessas mesmas sociedades. Seria então reducionista a análise do espaço público vinculado apenas a público-

político, às atividades contemporâneas do poder, quando as demandas sociais se fazem intensas.

Por outro lado, o espaço público não só político mas 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 definida pelo signo do conflito. A expressão histórica do jogo de atores, cenários e circunstâncias se altera mas o pressuposto do conflito numa sociedade regida pelo imperativo da dominação se mantém.

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

As perspectivas de um novo espaço público estão exatamente neste campo de mediações representado pelo Estado e pela sociedade civil, donde as quatro marcas mediadoras propostas por Floris (1995, p. 125):

1. Ele é o campo da formação simbólica de uma opinião pública através de todas as formas de comunicação existentes na sociedade.
2. Ele é um campo de formação democrática de uma vontade política por meio de sufrágio universal, do parlamento e dos partidos.
3. Ele é uma esfera de mediação entre o Estado e a sociedade civil.
4. O espaço público não é um lugar abstrato do consenso democrático ideal, é um espaço conflitivo exprimindo relações sociais de desigualdade e de dominação.

Nesse contexto de espaço público é interessante retomar a afirmação de Beaud já citada sobre a ampliação de fronteira entre o político e o social. As necessidades que levam à autonomização do social não se resumem aos movimentos sociais e pressões sociais por equipamentos urbanos ou propriedade de bens, mas se referem também ao trabalho, à saúde, ao consumo, ao sexo, ao lazer, como domínios através dos quais se manifesta a distinção e a integração sociais (Pailliart, 1995, p. 11). Essas necessidades se revelam ainda pela sua entrada na esfera política onde passam a ser elemento central dessa mesma política, ou o que

Beaud denomina de politização do social: “politizado, o social penetra a política, que se torna seu objeto mesmo, donde o espaço público” (1985, p. 130).

O conceito de espaço público definido por Floris amplia a importância do pertencimento através da objetivação de si, ou, como também é denominada, a intelectualização da vida privada. Beaud entende que a objetivação de si é a própria demonstração de como o espelho muda de mão: ao invés de estar nas mãos do parlamento e da imprensa, ou do mundo sistêmico, se desloca para as práticas do social onde se realiza. A objetivação de si através dos meios de comunicação tanto quanto das sondagens de opinião pública revelaria exatamente esse deslocamento do social, de como “os indivíduos se representam a si mesmos como ser social”, como se objetivam, como tornam racional a razão privada de ser social.

Essa dimensão de pertencimento-objetivação de si-espaço público refletiria ainda os estágios de democracia conseguidos, os suportes educacionais, o desenvolvimento da urbanização, as características das ofertas culturais contemporâneas. Beaud entende que esta objetivação de si não é a volta a individualidade, ao narcisismo, ao consumo de bens, à deterioração do liame social ou enfraquecimento do social e do privilegiamento da vida privada. É o indicativo por onde hoje as pessoas se colocam no interior das práticas sociais onde o mais importante é o que as determina, os diferentes níveis de busca do pertencimento social, para além dos suportes básicos de socialização representados pela família, pela educação, etc. Essa busca de pertencimento, através da objetivação de si é que dá sentido às práticas sociais, traço do espaço público plural da contemporaneidade. É nas práticas sociais que a busca do pertencimento se realiza porque é ali que se realizam “as diferentes mediações através das quais os homens se encontram consigo mesmos” (Beaud, 1985, 116).

Entende-se então porque se diz que “os media não são somente um lugar de confrontação de argumentos, mas também um lugar de simbolização de uma sociedade. Toda coletividade tem necessidade de um lugar para construir sua imagem” (Salaün, 1990, p. 27).

Enfim, a busca do comum (Pailliart, 1995), a gestão do social (Miège, 1995 e Salaün, 1990), o conflito das relações de dominação (Floris, 1995) são ângulos próximos por onde a definição do comum se confunde com a de público e a comunicação se coloca como mediadora de conflitos.

5. O pertencimento – entre o público e o comum

A análise crítica aqui apontada indica diferentes eixos de estudo. De um lado, é fundamental compreender os processos que sustentam hoje a utilização renovada de conceitos originalmente produzidos em outras matrizes conceituais. O conceito de sentimento de pertencimento, por exemplo, não se limita a uma motivação interior, subjetiva e isolada, mas se situa entre o subjetivo e o objetivo permeado pelas motivações derivadas do coletivo, como que em um fluxo de negociações onde objetivação de si e pertença expressam as semelhanças e a dinâmica desse mesmo jogo. É o que Williams (1979) aponta ao sinalizar as fronteiras entre o social e o fixo frente ao instável e o subjetivo, contexto da estrutura de sentimento, ou ainda, o que em outra perspectiva ele também sinaliza enquanto cultura comum. Não é distante a consideração anteriormente apresentada por Beaud sobre as fronteiras do social e do político determinando o estar junto social público.

A relação entre sentimento de pertencimento e o todo da ação social, o comum social, o mundo do comum, o público, o espaço público oculta sob acepções conceituais e teóricas diversas a tensão apontada há pouco por Williams e Beaud.

O pertencimento pois se não depende isoladamente desses processos é mediador entre eles, razão por que sob a denominação antiga de sentimento de pertencimento são expressos níveis e âmbitos mais amplos de socialização, como indicados anteriormente por Monteiro, tanto quanto os conflitos que o envolvem (Miège, 1995).

A compreensão mais aprofundada do que sustenta esse comum-público acaba sendo um vetor por onde o conceito de sentimento de pertencimento hoje se fundamenta, atualiza-se e se explica.

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 apoiava sobre uma identidade preexistente (língua, etnia) que define a fronteira do espaço público e o 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. Seria uma dimensão conceitual ampliada tanto de comunidade como de comum.

Nessa acepção o comum se distingue pela própria concepção com que comunidade e espaço público diferenciadamente o assumem. Uma conceituação mais restrita de

comunidade, delimitada na tradição e na concretude de relações face a face, incorporaria de forma igualmente restrita a percepção do que lhes é comum, diferente de sua aceção no âmbito do espaço público marcado pela pluralidade de pessoas e de interesses. É como se a extensão de atores no tempo e no espaço delimitassem igualmente a amplitude do que é comum.

Isso envolveria outra conotação entre público e privado, lembrando Arendt (1983, p. 67), quando assinala que “embora o mundo comum seja o terreno de todos ... acaba quando é visto somente sob um aspecto e só lhe permite uma perspectiva”.

Ângulo igualmente complexo está na vinculação entre o comum e o público a partir da noção habermasiana de espaço público. De um lado, em sua aceção, o espaço público contemporâneo está diluído, logo o mundo comum igualmente, já pela impossibilidade mesma da argumentação e da participação na esfera pública. Esta mesma complexidade da sociedade contemporânea gerando a impossibilidade do estar junto coletivo único, um mundo comum único, um espaço público único, passa a ser buscada nos espaços públicos parciais como que em justaposição conflitiva que possibilita a retomada ampliada da comunidade, espaço de visibilidade do comum, do pertencimento, na tensão e nos limites entre o global e o local, entre o público e o comum, o real concreto e o imaginado.

Tassin (1991, p. 23) entende estar aí o antagonismo entre comunidade e público, o público e o comum, onde há espaços públicos que não são comum e vice-versa, cabendo apontar como o que é comum se torna público e se constitui em “coisa pública”. Perspectiva igualmente nova se dá quando se desloca do conteúdo-fim imediato que determina o comum, para a percepção da forma como se realiza o público, enquanto expressão coletiva de ação, e não na percepção que distingue o público do privado. O pertencimento não se verificaria necessariamente só ao assumir a intencionalidade de um objetivo comum, publicamente, mas na experiência de ações que se tornam públicas porque são comuns, são experiências de participação. O estar junto pode expressar o pertencer, pelo próprio fato de estar junto, e como tal ele é o público, o comum. Esta questão se coloca como objeto necessário de mais aprofundamentos buscando os caminhos por onde o pertencimento se dá em diferentes formações sociais.

Uma outra problemática que permeia a hipótese aqui em questão, e já apontada em vários instantes, é a da qualificação dos novos media ante o sentimento de pertencimento ao

espaço público-comum. Como se realiza seu papel mediador, em específico de como a recepção mediática é linguagem mediadora dessa relação.

Na verdade, as mutações tecnológicas em constante processo na área da informação e da comunicação, não alteram o quadro de análise que aqui se coloca: a comunicação mediatizada exerce seu papel de mediação entre o indivíduo e a sociedade, em espaços públicos plurais, onde formas distintas de acesso, individual ou coletiva, de alguma forma interferem na criação e na circulação de sentidos, na configuração de práticas, donde seu lugar, enquanto comunicação mediatizada, na construção dessas práticas, e por isso mesmo, práticas públicas com apropriações e canais de acesso diferenciados. São mediações presentes e em mudança que se colocam em outro eixo de investigações a ser aprofundados.

Evidencia-se, pois, que a hipótese aqui objeto de indagação, apesar de contextualizada em tradições diversas de pesquisa, e ainda que exija a análise de uma série de questões que lhe são postas como problemáticas, nem por isso deixa em segundo plano sua pertinência. Afinal, vale lembrar Vattimo quando propõe que:

a sociedade dos media, em vez de um ideal de emancipação modelado pela autoconsciência completamente definida, conforme o perfeito conhecimento de quem sabe como estão as coisas ... abre caminho a um ideal de emancipação que tem antes na sua base a oscilação, a pluralidade, e por fim o desgaste do próprio princípio da realidade... Viver neste mundo múltiplo significa fazer experiências de liberdade como oscilação contínua entre pertença e desenraizamento (1992, p. 13/16).

Referências

- ARENDRT, H. **A Condição Humana**. Rio de Janeiro: Ed. Forense Universitária, 1983.
- ANDERSON, Benedict. **Nação e consciência nacional**. São Paulo: Ed. Ática, 1989.
- BAUMAN, Z. **Comunidade. A busca por segurança no mundo atual**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- BEAUD, Paul. **Medias, Mediations et Mediateurs dans la société industrielle**. Grenoble, França: 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**. Rio de Janeiro: Rev. Com. e Política, VI, Nº 1, 1999.
- CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e Cidadãos**, Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1995.
- CHAMBAT, P. **Espace Public, Espace Privé: le role de la mediation technique**. In: Pailliat, Isabelle – *L'espace public et l'emprise de la communication*, ELLUG, Grenoble, França, 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: Ed. Brasiliense, 1994.
- FLORIS, Bernard. **L'interpretation de l'espace public et de l'enterprise**. In: Pailliat, Isabelle (org.) – *L'espace public et l'emprise de la communication*, Grenoble, França: ELLUG, 1995.

GIOIELLI, R. L. P. A identidade líquida – a experiência identitária na contemporaneidade dinâmica. São Paulo: Dissertação Mestrado, ECA-USP, 2005.

GRESEC – Group de Recherche sur les Enjeux de la Communication – Université Stendhal de Grenoble, France. Suas linhas mestras de trabalho são: 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 Paillart, Bernard Floris, Jean Caune, Paul Beaud, Jean-Michel Salaün, Luis Busato, entre outros.

HABERMAS, J. **Mudança Estrutural da Esfera Pública**. Rio de Janeiro: Ed. Biblioteca Tempo Brasileiro, n. 76, 1984.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Ed. DP e A, 1999.

HORKHEIMER, M. e Adorno T. W. (org.). **Temas básicos da Sociologia**. São Paulo: Ed. Cultrix, 1973.

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: Ed. Brasiliense, 1995A.

_____ **Pré-textos**. Cali, Colômbia: Centro Editorial Univ. del Valle, 1995B.

_____ **La ciudad virtual**. Cali, Colômbia: Revista de la Universidad del Valle, N° 14/agosto, 1996.

_____ **Descentramiento cultural y palimpsestos de identidad**. México: Rev. Estudios sobre las culturas contemporaneas . Época II, Vol. III, No 5, junho, 1997A.

_____ **Dos meios às mediações**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997B.

_____ **Comunicação e cidade: entre meios e medos**. São Paulo: Rev. Novos Olhares, N° 1, 1998.

MIÈGE, Bernard. **Plaidoyer pour des problematiques transversales et partielles**. In: Miège, Bernard– Medias et Communication en Europe. Grenoble, França: P.U.G., 1990.

_____ **L’espace public: perpétue, elargi, et fragmenté**. In: Paillart, Isabelle – L’espace public et l’emprise de la communication. Grenoble, França: ELLUG, 1995.

_____ **El pensamiento comunicacional**. México: Universidad Ibero-Americana, 1996.

MONTEIRO, Paula. **Cultura e democracia no processo de globalização**. São Paulo: Rev. Novos Estudos Cebrap, n° 44, Março, 1996.

OROZCO GÓMEZ, G. (Entrevista). **Los caminos de la recepción**. México: Rev. Signo y pensamiento, N° 29, 1996.

PAILLIART, Isabelle. **L’espace public et l’emprise de la communication**. (org) Grenoble, França: ELLUG, 1995.

PAIVA, Raquel. **O espírito comum**. Petrópolis: Ed. Vozes, 1998.

PIERUCCI, Antonio Flávio. **Ciladas da diferença**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

SALAÜN, Jean-Michel. **L’aménagement de la culture**. In: Miège, B. (org.) – Medias et communication en Europe. Grenoble, França: ELLUG, 1990.

SILVERSTONE, R. **New media and community**. Paper, London School of Economics and Political Science. London: September, 1999.

_____. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Ed. Loyola, 2002.

SOUSA, M. W. **Práticas de Recepção Mediática como Práticas de Pertencimento Público**. São Paulo: Revista Novos Olhares, ECA-USP, n. 03, 1999.

_____. **Recepção Mediática: linguagem de pertencimento**. São Paulo: Revista Latinoamericana de Ciências de la Comunicación, n. 02, Enero/Junio 2005,

TASSIN, E. **Espace commum ou espace public?** Paris: Rev. Hermes, 1991.

TOURAINÉ, Alain. **Podemos viver juntos? Iguais e diferentes**. Petrópolis: Ed. Vozes, 1998.

VATTIMO, Gianni. **A sociedade transparente**. Lisboa: Ed. Relógio D'Água, 1992.

WEBER, Max. **Comunidade e sociedade como estruturas de socialização**. In: Fernandes, Florestan (org.) – São Paulo: Comunidade e sociedade, Ed. Biblioteca Universitária, 1973.

WILLIAMS, R. **Marxismo e literatura**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1979.

_____. **Cultura e sociedade**. São Paulo: Cia Editora Nacional, 1969.