

Práticas de recepção mediática como práticas de pertencimento público

A temática do sentimento de pertencimento

O presente texto indaga sobre as possibilidades interpretativas do que se denomina de sentimento de pertencimento quando aplicado em comunicação social. Discute-se aqui em específico quanto às possibilidades de se compreender as práticas de recepção a produtos mediáticos como práticas também sustentadas no sentimento de pertencimento a espaços públicos.

Esta é uma hipótese e ainda sendo estudada no âmbito de pesquisas sobre novos olhares para a interpretação das práticas de recepção a produtos mediáticos, especialmente em sua relação com o espaço público. É nesse contexto que se percebeu sua presença e significação, ora no interior de textos de autores ligados aos estudos culturais, ora em estudos voltados às questões da mutação do espaço público contemporâneo.

O presente texto limita-se a apontar a questão, ou seja, os caminhos por onde essa temática tem surgido em comunicação, e a partir daí, problematizar sobre questões correlatas.

E isso é feito diante de dois desafios contextuais: primeiro, o do reconhecimento dos limites das reflexões hoje disponíveis para dar conta do campo da recepção mediática, sobretudo com a chegada dos novos media; segundo, pelo próprio caráter incipiente dos estudos sobre o sentimento de pertencimento em comunicação.

Assim, recorde-se que a despeito de estudos e posturas interpretativas

disponíveis sobre o processo social da comunicação, há que se reconhecer que ainda se conhece pouco sobre o cotidiano de vida das pessoas na convivência com os diferentes media. Durante boa parte do século XX os suportes explicativos utilizados praticamente oscilaram em torno das teorias fundadoras, ou seja, dentro de um dualismo explicativo e já insuficiente para iluminar análises de práticas e vivências sendo constantemente acumuladas e transformadas (Martin-Barbero, 1995,p.40) (Miège, 1996)

E acrescente-se então a chegada dos novos media e a tensão ainda hoje provocada pelo seu advento dada a necessidade de rever ou construir relações entre o novo e o antigo, as transmissões analógica e digital, as relações entre os media individuais (rádio, telefone, televisão, computador) e os convergentes, a relação entre o *broadcasting* e o *narrowcasting*, o ativo e o interativo (Silverstone, 1995, p.2). E a temática viu ampliar suas limitações frente aos antigos media por causa dos novos, ou frente a ambos.

Por outro lado, mesmo que não se queira resumir a análise do processo de comunicação às suas teorias de suporte, ou mesmo que não se queira apassivar o sujeito e a sociedade às tecnologias e a seu processo de exclusão-inclusão de significações sociais, há que se levar em conta que essas tecnologias são fator de conflito tanto na vida cotidiana quanto na construção de valores e sentidos que configuram o pensamento

comunicacional, sobretudo quando se reproduzem, atualizam e expandem com a velocidade e a extensão com que o fazem. A relação tão intensa hoje entre tecnologias e comunicação exige rever e indagar sobre o estatuto mesmo da comunicação na contemporaneidade e seu processo de institucionalização.

A temática da recepção mediática que se desprendia de uma visão por demais atrelada aos suportes tecnológicos de massa e passava a vé-los, já nos anos 80, no contexto de uma centralidade da cultura, advinda com os estudos culturais ingleses, é novamente colocada no limite de sua compreensão com os novos media e o surgimento não mais só de receptores, mas também de usuários na simultaneidade de múltiplos media, agora conectados em rede. Isso deu novo contorno à questão, dado que implicava rever a própria noção de público, as suas conotações frente à opinião pública, e mesmo ao espaço público. Importava, mais do que nunca, rever e aprofundar como a recepção se manifesta como expressão de um processo ativo de comunicação, como sujeito, apesar de muitas vezes oculto, quando foi confundido com passividade. Importava inclusive indagar quanto aos próprios estudos culturais e a pertinência da hegemonia cultural nesse novo contexto.

É nessa perspectiva 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”. (1985, p. 151)

É ainda no avançar essas questões que aqui se privilegiou a análise de contribuições de pesquisadores voltados à questão das práticas culturais em comunicação na aceção que lhes tem sido dada por exemplo, por Martin 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, Pailliar, citados mais adiante como pesquisadores junto ao GRESEC¹. A temática do sentimento de pertencimento então aflorou como presente nesses estudos.

Por outro lado, aqui se defronta com o desafio dessa temática ainda incipiente e pouco explorada em comunicação apesar de presente nesses autores. E assim, no início, quando observado o uso cotidiano do tema do pertencimento no contexto de suas implicações culturais, como no caso brasileiro contemporâneo, pareceu intrigante estudá-lo quando hoje se questiona a qualidade da produção televisiva, seu baixo valor educativo e cultural, mas ao mesmo tempo defronta-se com seu consumo generalizado por todos os segmentos sociais. Pareceu igualmente intrigante indagar sobre o sentimento de pertencimento quando se tem que ele se reporta muito mais ao íntimo, às expressões da vida comunitária e não tanto ao público, âmbito no qual atuam os diferentes media. Intrigante ainda reconhecer que, apesar de estudos e pesquisas há quase meio século, ainda se conhece muito pouco sobre a magia e a sedução que os diferentes media proporcionam por todo o mundo (Marcondes Filho, 1998, p. 12).

E aos poucos percebeu-se que a temática do sentimento de pertencimento é mais ampla e complexa, extrapola seu uso cotidiano, reflete caminhos interdisciplinares ainda pouco explorados, sobretudo em sua dimensão política. Pode deixar de ser um sentimento para se expressar em práticas sociais de pertencimento.

O sentimento de pertencimento tem sua origem vinculada aos estudos sobre socialização e especialmente se reporta a estudos sobre organização e funcionamento de comunidades chamadas de “comunidades reais”, baseadas no contato face a face, localizadas no tempo e no espaço

1.) 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 Pailliar, Bernard Floris, Jean Caune, Paul Beaud, Jean-Michel Salaün, Luís Busato, entre outros.



sociais. Nessa perspectiva é que surgem as acepções de pertencimento, fazer parte, inserção, ser membro e mesmo participação (Silverstone, 1999). Horkheimer 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 a uma relação social quando a atitude na ação social inspira-se numa compensação de interesses por motivos racionais (de fins ou de valores) ou também numa união de interesses com idêntica motivação...” (1973, p. 140).

Essas acepções originais de comunidade foram sendo ampliadas na extensão de sua significação e 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 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 reivindica-

ção (e o reconhecimento) de direitos supõe, em princípio, que os atores sociais se sintam parte de uma sociedade política mais abrangente do 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 a coletividades mais abstratas organizadas em tomo do reconhecimento de direitos” (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” (1994, p. 109).

Esses exemplos são indicativos de diferentes conotações que o termo pertencimento pode envolver. Adiante se explicitam dois dos principais 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.

Pertencimento: comunidade e identidade

Entre diferentes pesquisadores latino-americanos que têm analisado o processo comunicacional também sob a ótica dos estudos culturais ingleses, é em Canclini, mais do que em Martín-Barbero, que a temática do pertencimento surge, muito embora tenham sustentações explicativas muito próximas.

Em Martín-Barbero, o termo pertencimento está em contextos de

análise, não tendo sido tomado como objeto específico de investigações ou de maior detalhamento². A questão perpassa vários de seus textos em pelo menos duas direções complementares ligadas especialmente à questão da identidade e do consumo. Primeiro, 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 desespacialização 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 meios³. 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).

Assim, os media são vistos enquanto espaço aglutinador na fragmentação social, espaço de centralização nesses processos de exclusão das pessoas. Aqui identidade se confunde 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 na busca de uma identidade acaba sendo a configuração principal 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 essa 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

- 2) *Jesus Martín-Barbero e Nestor García Canclini têm publicado diferentes livros e um número grande de textos, papers e conferências. Não foi feita uma análise exaustiva de todas as 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 objeto de estudo.*
- 3) *Vide Martín-Barbero, Jesus. Entre meios e medos. Revista Novos Olhares, nº 1, 1998, p.5-9.*



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 tomo 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 o direciona, ou seja, a luta pela passagem da desigualdade à igualdade. Seriam 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. Entendido 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 passível 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 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 a que se vincula o sentimento de pertencimento em autores mais diretamente ligados aos estudos culturais ingleses, observa-se que identidade e comunidade tem entre si muitas aproximações. Já cidadania parece ser incorporação crítica de trabalhos com a preocupação da comunicação política da forma como se estrutura em práticas latino-americanas como aquelas trabalhadas por Canclini. 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 - “descen- tração 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 nacionalidade 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 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 foi sendo descentrado 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, por que apoiando-se em Anderson, Hall assegure que "as culturas racionais 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 reinterpretção 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 lacaniana - as identidades nacionais continuam a ser representadas como unificadas". (Hall, 1999, p.62)

Em Silverstone (1999) percebe-se também como 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 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 tomam 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.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 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).

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 social mais ampla do que através da comunidade, donde 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 apoia 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 que envolvem o sentimento de pertencimento e sua prática. É aqui que um dos caminhos está no estudo do que Paiva (1998) advoga como 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 mutações do espaço público contemporâneo.

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 da extensão com que é tomada, no contexto de diferentes posturas hoje sendo pesquisadas sobre as mutações do espaço público..

Martín-Barbero tem um aporte a sobre a ambigüidade que o termo carrega na relação público-privado quando afirma que “ao contrário do que escrevi há dez anos em direção ao pensamento de Richard Sennet, hoje não estamos assistindo somente à privatização da economia, mas também à desprivatização da vida inteira, e

alguma coisa esses dois processos têm a ver um com o outro. E eu não tenho visto uma única pesquisa que conecte esses dois processos. E, portanto, há uma rearticulação, não uma simples perda do espaço público”. (Martín-Barbero, 1995A,p.47)

Há elementos para se pensar que Martín-Barbero já elabora uma visão do espaço público não apenas político quando afirma: “o privado não é mais como antes. Nem o público é o mesmo que era. Não o é fisicamente... Alguém me chamou a atenção, há alguns anos, que isso não significa o desaparecimento da esfera pública, mas sua mudança em seu significado” (Martín-Barbero, 1995A, p.47). Em outros textos é corroborada essa dimensão de que há uma perspectiva de um novo espaço público: “os intelectuais e as ciências sociais estão necessitando com decisiva urgência de levar em conta o caráter abstrato do laço social que produz o entrelaçamento do público com os novos modos de simbolização e representação que abrem as redes comunicacionais e os fluxos de informação. E é por esse novo espaço público pelo qual hoje passam profundas transformações das identidades sociais, da legitimidade do ator político e da representação da palavra do intelectual” (1997A,p.91).

Chega-se, pois, a dimensionar esse novo espaço público ligado a sociedade contemporânea dos meios de comunicação, quase que na acepção de um espaço público marcado pela comunicação mediática. É o que mais de perto se visualiza em texto de Rey (1994) quando advoga a necessidade de novas praças para o encontro social na contemporaneidade.

Já em Canclini a questão é mais intensamente citada e vinculada às próprias condições de emergência e vivência de uma sociedade democrática, razão porque a questão da cidadania cultural é objeto mais próximo de indagações. Chega-se a menção em alguns

de seus textos a uma esfera pública supranacional onde questões como a contaminação ambiental, o tráfico de drogas e as inovações tecnológicas e culturais tenham espaço que transcenda os espaços nacionais e locais para a informação dos cidadãos (1997, p. 124). Mas é a temática da cidadania que mais o faz se reportar ao espaço público quando indaga sobre “o que significa ser cidadãos e consumidores em meio às mudanças que alteram a relação entre o público e o privado”. (1995, p.43)

Essas mudanças são identificadas por ele ao longo da história pela acepção de espaço público como cenário em que os cidadãos discutem e decidem assuntos de interesse coletivo”, já a partir do século XVIII. Entende que os debates da burguesia eram, no entanto, limitados aos que sabiam ler e escrever e, até meados do século XX, os excluídos do espaço público pela não participação nesses códigos apenas tinham em publicações específicas, patrocinadas pelos movimentos sociais e pelos partidos, a possibilidade de inserção nesse mesmo espaço, proporcionando às culturas populares “uma esfera pública plebéia”(Canclini, 1995, p. 25).

É então significativo quando detalha as conseqüências dessa esfera pública sendo hoje construída pela cultura popular com a mediação de meios de comunicação não direcionados a partir da escrita: “uns poucos intelectuais e políticos (por exemplo, Michail Baktin, Antonio Gramsci, Raymond Willians e Richard Hoggart) foram admitindo a existência de culturas populares que constituíram uma ‘esfera pública plebéia’, informal, organizada por meios de comunicações orais e visuais mais do que escritos... Alguns autores latino-americanos, nos quais me incluo, têm trabalhado no estudo e reconhecimento cultural destas modalidades diversas de comunicação, mas têm feito pouco pela valorização teórica desse circuitos populares como focos onde se desen-



volvem redes de intercâmbio de informação e aprendizagem da cidadania em relação ao consumo dos meios de comunicação de massa contemporâneos, para além de idealizações fáceis do populismo político e comunicacional”(Canclini, 1995, p.25).

Ainda que reconheça a crise do Estado-nação, a dificuldade aglutinadora do Estado frente à sociedade de mercado que emerge no século XX e que resulta na globalização, e ainda que entenda que hoje “a revisão dos vínculos entre estado e sociedade não possa ser feita sem levar em conta as novas condições culturais entre o público e o privado”(1995, p.24), fica em aberto a extensão do que Canclini assume como compreendendo o espaço público contemporâneo.

É bem verdade que pela conotação dada há pouco aos meios de comunicação da cultura popular, contrapondo-os aos da comunicação de massa, ele abre novas perspectivas para a compreensão da comunicação no contexto do espaço público, sobretudo quando assegura o lugar substitutivo que os diferentes media ocupam no cenário social e político: “desiludidos com as burocracias estatais, partidárias e sindicais, o público recorre ao rádio e a televisão para conseguir o que as instituições cidadãs não proporcionam: serviços, justiça, reparações, ou a simples atenção” (Canclini, 1995, p.26). Por outro lado, também acentua com vigor seu desalento ao indicar que: “decorridos quarenta anos da apropriação da cena pública pelos meios de comunicação eletrônica, que se converteram nos principais formadores do imaginário coletivo, os ministros da cultura continuam consagrados às belas artes” (Canclini, 1995, p.247)

Através de textos disponíveis de Martín-Barbero e de Canclini, já citados, percebe-se que a questão do espaço público é fundamental nas suas reflexões quanto à identidade cultural, o consumo e a cidadania. Os diferentes

ângulos de análise abrangem o reconhecimento da crise do Estado-nação, as dificuldades contemporâneas de um Estado fraco para uma sociedade de mercado em expansão, no contexto de uma globalização crescente. E assim, a questão do espaço público se confunde com democracia, a questão da cidadania encontra aí seu espaço construtor e os meios de comunicação passam a centralizar, diante do Estado em crise, esse lugar aglutinador e referenciador do espaço público. É como se indiretamente estes pesquisadores estivessem assumindo a configuração de uma sociedade mediática que se confunde com espaço público mediático.

Já quando se desloca a questão do pertencimento para o contexto da tradição emergente de análise do espaço público na contemporaneidade, na ótica de alguns dos pesquisadores do GRESEC, tem-se mais indicações sobre o espaço público. A questão do pertencimento não se vincula de imediato à cidadania, mas ao espaço público e através deste, sim, à cidadania.

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, 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”(1985,131).

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).

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 proposto por Floris 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 (Paillart, 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 toma seu objeto mesmo, donde o espaço público”(1985, p. 130).

Nesse contexto ainda de espaço público definido por Floris é igualmente ampliada a importância do pertencimento no espaço público 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-espço 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, p. 116).

Um outro eixo de indagações sobre a mutação do espaço público na contemporaneidade, por onde a questão do pertencimento também aflora, é o que se refere à publicização das opiniões. A questão envolve a discussão sobre a formação democrática da opinião pública, questão fundamental na caracterização do espaço público, já no pensamento de Habermas, e que se desloca na atualidade com o processo de sua formação, dado o uso crescente de sondagens sobretudo nas questões eleitorais, fator conflitivo no contexto de crise da representatividade política.

A questão é problemática já quando

se discute sua própria existência, como no pensamento de Bourdieu, que advoga que não existe uma média de opinião pública e que as sondagens na verdade apenas têm a função de alimentar a ilusão de que existe uma opinião pública, como que somatório indicativo de opiniões individuais (Bourdieu, 1980).

Por outro lado, há o reconhecimento de que as sondagens são um instrumento político mas também se discute se elas não contribuem para o debate público de idéias, ao introduzir a diferença, o imprevisto, a tendência, e como tal, serem agentes de conflito, articuladores de debate entre campos sociais diferentes. Seriam estratégias de leitura da vida social, tanto quanto da visibilidade do tecido social.

Champagne discorda e acentua o caráter manipulatório presente nas sondagens e o objetivo político que os sustenta: “Contribuem para criar um novo espaço de jogo, ‘o mercado de opiniões’, que obriga os diferentes atores da classe dominante a debater publicamente entre eles afim de convencer o grande público que geralmente é colocado em posição de simples espectador”(Champagne, 1995, p.32)

Pailliarth aborda a questão numa outra perspectiva. Primeiro, quando aponta que há uma significação social na publicização das sondagens e seu lugar na construção da opinião pública à medida que a sociedade hoje já não se restringe às representações criada pela interferência dos partidos, dos políticos, dos meios de comunicação social e da própria opinião pública: há inúmeros espaços públicos parciais representados por segmentos sociais como o feminino, por segmentos profissionais como as empresas, as instituições religiosas. As sondagens e os meios de comunicação se inserem nesse debate público à medida que representam, e, ao mesmo tempo, fazem se relacionar diferentes espaços públicos parciais.

Pailliarth lembra ainda que o tema das

relações de gênero exemplifica como a questão da opinião pública se liga à circulação de idéias, questões e problemas. O lugar social da mulher é reconhecido racionalmente, mas na prática política é fator de conflito, especialmente na distinção de papéis entre o homem e a mulher. Os meios de comunicação tanto quanto as sondagens de opinião interferem nessa forma de discussão e o próprio fato de considerá-la já é interveniente no amadurecimento de uma opinião pública a respeito (Pailliarth, 1995,p.200).

Nessa perspectiva, as sondagens participam da construção do espaço público à medida que tomam visíveis, objetos de discussão e de argumentação, e não se restringem apenas a dimensões da esfera política. Isso não anularia compreender esse espaço de jogo como constituído de relações de dominação, portanto de conflito, e é essa mediação que as sondagens exercem

É ainda nessa perspectiva que Pailliarth aponta uma segunda questão. A opinião pública bem como a publicação das opiniões não expressam necessariamente só o poder manipulador de uns sobre outros, mas possibilitam também um espaço “de argumentação e de trocas” entre diferentes campos plurais onde se inserem. Levam à possibilidade de entender as sondagens exercendo papéis na construção do espaço público mas sobretudo de um mundo comum, socialmente sendo debatido. Por isso, são elementos que se vinculam à cidadania (Pailliarth, 1995,p.204).

Assim, nessas perspectivas, mais do que propiciar o debate público imediato de campos diferenciados, a opinião pública se coloca no espaço público como mediadora do que é um desejado mundo comum, ainda que pelo conflito e pela tensão. As identidades públicas e coletivas perpassam esse mundo comum, são formas de pertencimento a esse mesmo mundo. 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 (Pailliar, 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 novo espaço público vem sendo trabalhada⁴. É nesse contexto que a temática do pertencimento se ressalta quando se caracteriza ora como objetivação de si, ora como envolvimento no conflitivo mundo comum que é buscado socialmente, e em cuja diversidade e pluralidade está a base de espaços públicos parciais.

A recepção como prática de pertencimento público

As perspectivas até aqui analisadas 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 toma-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 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 se 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 realização no social e cultural mais amplo, sua realização no buscado estar junto coletivo. É essa dimensão de comum que também os diferencia. Talvez se possa assegurar que o comum se constitui naquele todo que motiva o sentimento de pertencimento, mas ele se confunde com o que é tradicionalmente constituído com o que é socialmente objeto de constituição. É a fronteira entre a comunidade, um comum-identidade, âmbito de comunidades simbólicas, e outro comum, o desdobramento 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 essas reflexões dos diferentes autores aqui apontados não trabalham de imediato a temática da recepção aos meios de comunicação. E seria temerário fazer pressupor que o sentimento de pertencimento público seria uma derivação inerente e necessária às vivências da recepção mediática?

Na verdade, a concepção renovada com que hoje são abordados os estudos de recepção mediática, a partir dos estudos culturais, dão possibilidades de debate da questão. Recorde-se que estes estudos propõem a estratégia metodológica de situar desde

4) Vide também Gomes, 1998.

as práticas culturais o eixo através do qual se analisa o processo comunicacional como um todo, identificando no 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, apesar dos limites derivados da manutenção do termo recepção, portanto do eixo emissor-receptor, envolve uma relação mais ampla com a própria vida social onde estão inclusive os diferentes media e a teia social de sentidos em circulação. Com essa estratégia passa-se a reconhecer que as diferentes mediações sociais são o entorno cultural, a matriz de sentidos que alimenta o processo de da recepção, agora ressignificado nessa contextualização..

Assim, a mesma significação estratégica que tem a categoria das mediações para a compreensão renovada da recepção mediática é aqui retomada para expressar o sentimento de pertencimento como mediação na relação social que se cria com o público-comum de sentidos 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 a público-comum, 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. Poder-se-ia então apoiar a respeito desse modo de caminhar em Miège (1990, p. 17) que afirma a necessidade de se encontrar estratégias metodológicas transversais quando são buscadas inter-relações conceituais e teóricas sobre uma questão-problema, mesmo que sem buscar proposições de médio alcance, mas que introduzam novos ângulos

através dos quais as questões de investigação 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.

Santos (1997, p.235) adverte que a relação entre subjetividade e cidadania é complexa, quer pela significação plural que hoje assume, quer pelas mutações da hegemonia da subjetividade frente à cidadania, nos dias atuais, como resultante de um longo percurso histórico. Assim, não é de se estranhar quando no próprio âmbito da sociologia se adverte que “a subjetividade começa a ser estudada e respeitada, não como manifestação folclórica e sim como manifestação civilizatória, como projeto histórico e como definição de uma vontade política”(Santos, 1986).

A questão se desdobra ainda nas problemáticas do sujeito e dos novos movimentos sociais. Uma visão ampliada da sociedade civil poderá identificar os movimentos sociais contemporâneos como setores organizados de luta de pertencimento, portanto, de inclusão de direitos, expressão prioritária de demandas sociais.

Quando se configura que hoje a politização do social vem se tomando hegemônica tem-se que os novos movimentos sociais refletem a tensão desse social não satisfeito, sobre o Estado e este, à medida de sua incapacidade, torna-se alimentador de um círculo vicioso, o da fragmentação, o das crises de representação, e, por derivação, dos diferentes processos que acentuam a desigualdade em toda a sua complexidade. É a vivência da sociedade do conflito e da expectativa da superação pela democracia.



Os novos movimentos sociais evidenciam essa busca de inclusão nos direitos comuns, inclusive o da informação e da opinião, uma participação na própria decisão sobre esse direitos mais do que apenas em seu usufruto. É assim que a vinculação entre movimentos sociais e cidadania faz retomar a questão do sujeito.

Touraine de tal forma avançou nesse estudo que entende que “o sujeito só existe como movimento social, como contestação da lógica da ordem, tome esta uma forma utilitarista ou seja simplesmente a busca da integração social”(1994, p.249).

O pertencimento pode se confundir com participação, deixa de ser um sentimento para se traduzir em ação, deixa de ser sentimento para ser prática e é por esse caminho que a identidade se revela e o sujeito se toma ator. Ser sujeito não se restringe nem se confunde com a individualidade mas com a definição de “um esforço para unir os desejos e as necessidades pessoais à consciência de pertencer à empresa e à nação, ou à face defensiva à face ofensiva do ator humano” (Touraine, 1994, p.233). Ganha então significado especial entender porque se diz que hoje se volta ao sujeito, e mais ainda, entender recepção mediática como espaço contemporâneo que participa dessa inclusão que se traduz na própria “volta ao sujeito” (Matellart e Matellart, 1991, p. 10).

Uma outra problemática que permeia a hipótese aqui em questão é a da qualificação dos novos media ante o sentimento de pertencimento a espaços públicos.

Já se assegurou em vários instantes deste trabalho que a recepção em comunicação não se atém mais a relação imediata das pessoas com as tecnologias de suporte e a seus efeitos comportamentais, mas centra-se no que as envolve, o próprio processo de mediações que faz a interação indivíduo-sociedade.

Assim, o estudo das tecnologias de suporte em processo constante de mutação se desloca para o campo das significações que assumem no interior de práticas sociais, a busca de seu lugar mediador na construção de sentidos da vida. Chambat (1995) entende que essa busca de significações criadas a partir de novas tecnologias envolve duas direções: de um lado cabe revisar a significação das tecnologias que levam à comunicação generalista, e de grande alcance coletivo, como a televisão e o rádio, vistas até agora como componentes do doméstico, estimuladoras da passividade no mundo pensante da vida, e por derivação, agentes de exclusão social; de outro, as novas tecnologias que remetem ao uso privado e particular, e a questão então se desloca para a compreensão de como, a partir do uso individual e privado, se pertence ao público, tais como os jogos eletrônicos, a Internet, as máquinas de lazer e de serviços.

Diria Pailliant (1995) que o importante é perceber que a opinião pública se constitui nesses fluxos e refluxos das participações individuais desses processos de informação e comunicação, fluxos de sentidos que orientam essas mesmas práticas e que caracterizam o que é tomado como comum social. Diria ainda Martín-Barbero (1995) que esse processo é válido à medida que pressupõe o poder da ressignificação pelos atores, dar sentido ao que é consumido, espaço e forma de realização do próprio processo comunicacional⁵.

Assim, os suportes tecnológicos como a televisão, são relevantes enquanto facilitadores de novas formas de pertencimento num mundo de valores e de informações que é tomado disponível para todos. Ainda que ofertada, isto é, tomada coletivamente disponível através do emissor, para acesso público, mais do que resultante de demandas, ela tem esse traço: é uma circulação pública de sentidos. Ainda que não haja interatividade eletrônica

5) *Vide também a propósito: Hall, Stuart- Encoding/decoding. In: Working Papers in cultural studies - 1972-1979. Culture, Media, Language. Routledge, Londres, 1980, p. 128/138.*

que possibilite de imediato alterar programações, interferir em orientações e apreciação de linhas de informação, como é possível com os novos media, há o livre arbítrio para seu acesso, e assim, os diferentes media, compõem e fazem circular valores que uma vez ressignificados vão incorporar práticas, compor o imaginário social e o mundo das representações.

As narrativas públicas que a televisão faz circular, ainda que tecnicamente limitadas em seu poder mediador, são formas atualizadas de publicações, são o ato de tomar comum o que antes era privado ou socialmente oculto. E então público se desloca em quantidades, grupos, indivíduos, mas se centraliza nessa acepção: é a inserção individual e doméstica, ou mesmo coletiva e pública de conteúdos que circulam em espaços públicos, mediatizados, ainda que também em espaços parciais e privados. E nesse caso também está a relação com os novos media.

A questão se desdobra ainda com a hipótese de que o predomínio crescente de tecnologias de acesso individual e privado, reforçando tecnologicamente as condições de uso individual e privado de meios de informação e de comunicação levaria à redefinição do receptor agora ampliado, ora em usuário, ora naquele que se conecta em rede. Ou teria as condições de ser um programador por si mesmo do que quer consumir no tempo que planejar e não um receptor passivo da contemporaneidade das programações das emissoras generalistas dos canais de grande alcance de público, no caso da televisão (Hoineff, 1996). O pertencimento se expressaria de forma diferenciada, com mais autonomia, à medida que essa diferenciação de suportes alterasse de fato essa relação entre receptor e usuário, redefinissem o espectro de graus de liberdade e de autonomia possíveis às pessoas ante os meios de comunicação.

Na verdade, as mudanças 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.

A questão que permanece problemática é como o que é comunicação de circulação pública, portanto espaço por onde o pertencimento se realiza, não é também produção e circulação segundo direitos e interesses públicos, mas quase só fruto de interesses privados e vinculados mais a mercado. Comunicação mediatizada se aloca, pois, na sua configuração com a política, os mecanismos de representatividade, as políticas públicas, o interesse público, bem como com a gestão dos direitos em conflito, da desigualdade e da diferença frente à igualdade, constituída e normatizada. É o que Santos, com certo descrédito quanto às possibilidades de sua equação, aponta: “uma vez que todas as culturas tendem a distribuir pessoas e grupos de acordo com dois princípios concorrentes de igualdade e diferença, as pessoas e os grupos sociais têm o direito a ser iguais quando a diferença os inferioriza, e o direito a ser diferentes quando a igualdade os descaracteriza” (1997B, 122).

Nessa perspectiva de um comum conquistado de fato, uma perspectiva política, o pertencimento na esfera pública social através da comunicação mediatizada se coloca diante de questões desafiadoras: 1) Primeiro, o pertencimento social através da comunicação mediatizada precisa se realizar também pelo pertencimento político, agente transformador na



construção do que é esfera pública: porque o público não é predominantemente construído pelos interesses do público, e não como se dá hoje, o público consumido como público, ofertado como público? 2) Segundo, o pertencimento social se realiza através da comunicação mediatizada também pelo conflito, pela tensão nesse processo de interesses, a um só tempo sociais e políticos, evidenciando a comunicação como componente da gestão social. A recepção, pois, se toma processo de pertencimento público quando significa inserção e envolvimento nesse mesmo processo conflitivo mediado pelos meios de comunicação. A comunicação se coloca como espaço público de expressão do social ao mesmo tempo que espaço político, na gestão que desempenha nesses dois campos.

Evidencia-se aqui, 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” (1992,13/16).

Bibliografia do artigo

ANDERSON, Benedict - Nação e consciência nacional. Ed. Ática, São Paulo, 1989.

BEAUD, Paul - Medias, Mediations et Mediateurs dans la société industrielle. These Doctorat D'Etat- Grenoble, França, 1985.

BLANCO, Victor F. S. - Efectos de los medios de comunicación sobre la opinión publica: los paradigmas sobre el poder del público. Rev. Com. e política, VI, Nº 1, Rio de Janeiro, 1999.

BOURDIEU, Pierre. A opinião pública não existe. In: Thiollent, Michel. Crítica metodológica, investigação social e enquete operária. Ed. Polis, São Paulo, 1980.

CANCLINI, Nestor Garcia - Consumidores e Cidadãos, Ed. UFRJ, RJ, 1995

CANCLINI, Nestor Garcia - Culturas Híbridas e Estratégias Comunicacionais. Rev. Estudos sobre las culturas contemporâneas. Época II, Vol. III, No 5, junho, México, 1997.

CHAMBAT, P. - Espace Public, Espace Privé: le role de la mediation technique. In: Pailliant, Isabelle - L'espace public et l'emprise de la communication, ELLUG, Grenoble, França, 1995.

CHAMPAGNE, Patrick - “Opinion publique” et debat public In: Pailliant, 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. Ed. Brasiliense, São Paulo, 1994.



- FLORIS, Bernard - L'interpretation de l'espace public et de l'enterprise In: Pailliant, Isabelle (org.) - L'espace public et l'emprise de la communication, ELLUG, Grenoble, França, 1995.
- GOMES, Wilson - Esfera pública política e media: com Habermas, contra Habermas. In: Rubin, AAC e outros (org.) - Produção e recepção dos sentidos mediáticos. Ed. Vozes/Compos, Petrópolis, 1998.
- 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, Luis Busato, entre outros.
- HABERMAS, J. - Mudança Estrutural da Esfera Pública Ed. Biblioteca Tempo Brasileiro, número 76, Rio de Janeiro, 1984.
- HALL, Stuart - A identidade cultural na pós-modernidade. Ed. DP e A, Rio de Janeiro, 1999.
- HOINEFF, N. - A Nova televisão. Ed. Relume Dumará, Rio de Janeiro, 1996.
- HORKHEIMER, M. e Adorno T. W. (org.) - Temas básicos da Sociologia. Ed. Cultrix, São Paulo, 1973.
- MARCONDES FILHO, Ciro - A linguagem da sedução, Ed. Perspectiva, São Paulo, 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, Ed. Brasiliense, São Paulo, 36/68, 1995A.
- MARTÍN-BARBERO, J. - Pré-textos - Centro Editorial Univ. del Valle, Cali, Colômbia, 1995B.
- MARTÍN-BARBERO, J. - La ciudad virtual. Revista de la Universidad del Valle, N° 14/agosto, Cali, Colombia, 1996
- MARTÍN-BARBERO, J. - Descentramiento cultural y palimpsestos de identidad. Rev. Estudios sobre las culturas contemporaneas. Época II, Vol. III, No 5, junho, México, 1997A.
- MARTÍN-BARBERO, J. - Dos meios às mediações. Ed. UFRJ, RJ, 1997B.
- MARTÍN-BARBERO, J. - Comunicação e cidade: entre meios e medos. Rev. Novos Olhares, N° 1, 1998.
- MATTELART, M. e MATTELART, A. - La Recepcion: el retomo al sujeto. Rev. Dialogos de la comunicacion - n° 30, Junho, 1991.
- MIÈGE, Bernard - Playdoer pour les problematiques transversales et partielles. In: Miège, Bernard- Médias et Communication en Europe - P.U.G. - Grenoble, França, 1990.
- MIÈGE, Bernard - L'espace public: perpétue, elargi, et fragmenté. In: Pailliant,



- Isabelle - L'espace public et l'emprise de la communication, ELLUG, Grenoble, França, 1995.
- MIÈGE, Bernard - El pensamiento comunicacional. Universidad Ibero-Americana, México, 1996.
- MONTEIRO, Paula - Cultura e democracia no processo de globalização. Rev. Novos Estudos Cebrap, n° 44, Março, 1996.
- OROZCO, G. (Entrevista) - Los caminos de la recepción. Rev. Signo y pensamiento, N° 29, México, 1996, p. 129.
- PAILLIART, Isabelle - L'espace public et l'emprise de la communication ELLUG, Grenoble, França, 1995.
- PAIVA, Raquel - O espírito comum. Ed. Vozes, Petrópolis, 1998.
- PIERUCCI, Antonio Flávio - Ciladas da diferença. Ed. 34, São Paulo, 1999.
- REY, German - Otras plazas para el encuentro. Grupo de Trabajo sobre Comunicacion, Política y Cultura del CEAAL. Paper, Lima, Peru, 1994.
- SALAÜN, Jean-Michel - L'aménagement de la culture. In: Miège, B. (org.) - Medias et communication en Europe, ELLUG, Grenoble, França, 1990.
- SANTOS, Boaventura de Sousa — Pela mão de Alice, o social e o político na pós-modernidade .Ed. Cortez, São Paulo, 1997.
- SANTOS, Boaventura de Sousa - Uma concepção multicultural de direitos humanos. In: Rev. Lua Nova, N°39, CEDEC, São Paulo, 1997B.
- SANTOS, Theotonio dos - A transição da Sociologia, Jornal do Brasil, 18/05/1986.
- SENNET, R. - O declínio do homem público Ed. Companhia das Letras, São Paulo, 1988.
- SILVERSTONE, R. - New media and community. Paper, London School of Economics and Political Science. London, September, 1999.
- TÖNNIES, F. - Comunidade e sociedade como entidades típico-ideais. In: Fernandes, Florestan - Comunidade e sociedade, Ed. Biblioteca Universitária, São Paulo, 1973.
- TOURAINÉ, Alain - Crítica da Modernidade. Ed. Vozes. Petrópolis, Rio de Janeiro, 1994.
- VATTIMO, Gianni - A sociedade transparente. Ed. Relógio D'Água, Lisboa, Portugal, 1992.
- WEBER, Max. - Comunidade e sociedade como estruturas de socialização. In: Fernandes, Florestan (org.) - Comunidade e sociedade, Ed. Biblioteca Universitária, São Paulo, 1973.