

**A mídia como espaço de pertencimento cotidiano:
uma perspectiva da fenomenologia da comunicação**

*The media as a space of quotidian belonging:
a perspective of the phenomenology of communication*

Jússia Carvalho da Silva VENTURA¹
Lídia Karolina de Sousa RODARTE²
Alda Cristina Silva da COSTA³

Resumo

Pensar a mídia como espaço de pertencimento cotidiano é a perspectiva reflexiva do presente artigo, considerando que na comunicação o que se deseja é a construção do sentido da vida social. Ou seja, a partir das mensagens produzidas, há o reconhecimento de si e dos outros na interação com a mídia. Para Schutz (1974), o mundo de sentido não é uma realidade objetiva, mas interpretado e válido intersubjetivamente. A realidade social é caracterizada pelos objetos culturais e institucionais que circulam em nosso mundo. Nesse refletir teórico recorreremos também aos conceitos de construção social (BERGER & LUCHMANN, 2014) e cotidiano (MAFFESOLI, 2007), com um olhar fenomenológico da comunicação na interação entre sujeitos e mídia.

Palavras-chave: Mídia. Quotidiano. Interação.

Abstract

To think of the media as a space of quotidian belonging is the reflective perspective of the present article, considering that in communication what is wanted is the construction of meaning in social life. That is, from the messages produced, there is the acknowledgement of yourself and others in the interaction with the media. For Schutz (1974), the world of meaning is not an objective reality, but interpreted and valid intersubjectively. Social reality is characterized by the cultural and institutional objects that circulate in our world. In this theoretical reflection we also resort to the

¹ Mestra pelo Programa de Pós-Graduação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará (UFPA). Integrante do Grupo de Pesquisa Interações e Tecnologias da Amazônia – ITA (CNPQ). E-mail: jussiac@gmail.com

² Mestra pelo Programa de Pós-Graduação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará (UFPA). E-mail: lidiakarolina@gmail.com

³ Doutora em Ciências Sociais (UFPA/PA). Professora da Faculdade de Comunicação e do Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia (PPGCOM/UFPA). Coordena o Projeto de Pesquisa Mídia e Violência: narrativas midiáticas na Amazônia Paraense (UFPA/CNPq) e o Grupo de Pesquisa Narrativas Contemporâneas na Amazônia Paraense. E-mail: aldacristinacosta@gmail.com

concepts of social construction (BERGER & LUCHMANN, 2014) and quotidian (MAFFESOLI, 2007), with a phenomenological view of communication in the interaction between subjects and the media.

Key-words: Media. Quotidian. Interaction.

Introdução

A mídia nesta escrita é compreendida como uma instituição, que tem poder institucional e de representação, ou seja, produz e reproduz “uma forma de conhecimento socialmente elaborada e compartilhada, que tem um objetivo prático e concorre para a construção de uma realidade comum a um conjunto social” (JODELET, 2001, p. 22). Apesar do uso corrente do termo mídia, observamos não haver consenso na sua conceituação, mas apontamos o que França (2012, p.11) toma em uma conceituação mais geral, de significar “meios de comunicação, meios através dos quais circulam informações, mensagens, imagens; instrumentos e dispositivos através dos quais estabelecemos relações uns com os outros, e com o mundo”. Ou então,

Mídia se torna um conceito abrangente, uma expressão que significa várias coisas: instrumento, espaço, sujeito. Funciona como *instrumento*, ou dispositivo, por meio do qual se pode criar linguagem, formatar e veicular produtos. Constitui também um novo *espaço* de troca, de convivência, de consulta, de convocação; um espaço de encontro e de circulação, como o são a rua, a praça, os estádios, os cafés, os bares. E atua ainda como um novo *sujeito* – quando percebemos que essa nova instância produz e configura um discurso próprio, e um lugar de fala possante e poderoso (FRANÇA, 2012, p. 11)

Nesta perspectiva, refletimos a mídia como um espaço de pertencimento cotidiano, em que os sujeitos constroem sentidos sobre a vida social, criam ‘laços’ e ‘desfazem laços’, a partir das mensagens produzidas, pois há o reconhecimento de si e dos outros na interação com essa instituição. A mídia se configura no “espaço privilegiado no qual a sociedade fala consigo mesma, a propósito de si mesma” (FRANÇA, 2012, p. 12).

Portanto, na comunicação o que se objetiva é a construção do sentido da vida social. Em Schutz (1974), essa construção é do sentido do mundo partilhado, ou seja, a compreensão das experiências da vida cotidiana. Para o sociólogo, a realidade social é

inerente ao conjunto de objetos culturais e institucionais que caracterizam o mundo no qual circulamos, ou o “mundo da vida diária” ou “mundo do cotidiano” (1974, p. 16), que já existia anteriormente como espaço de sentido, organizado, familiar e de conhecimento, cuja origem se encontra nas ações humanas que levam ao reconhecimento da historicidade da cultura encontrada nas tradições e costumes. Assim, se constitui em uma realidade inquestionável, na qual o indivíduo vive as suas experiências com os seus semelhantes em relações de interação. Lembra Schutz, “desde a infância, o indivíduo continua a assimilar uma grande quantidade de receitas que utiliza como técnicas para compreender, ou controlar, aspetos da sua experiência” (1974, p. 19).

Na compreensão dos sentidos do mundo é necessário, afirma o sociólogo, considerar o cenário social e intersubjetivo, palco da partilha de significados válidos para a vida diária e de construção de tipificações. Essas tipificações, consideradas crença dos sujeitos no mundo em que se movimentam, são partilhadas pelos membros do grupo social, e por consequência, a instituição tipifica as ações dos atores individuais, expressas em padrões de conduta específicos. Mas para que se tornem habituais, é preciso reconhecimento ou aceitação. Ou seja, a existência de uma relação de familiaridade com o mundo, uma espécie de atitude natural, que faz com que os sujeitos se sintam à vontade perante a realidade apresentada (BERGER & LUCKMAN, 2014).

Observamos que esta realidade que nos parece natural, é na verdade construída socialmente, em parte pela mídia, e provoca certo pertencimento dos indivíduos no mundo, a partir do que Berger & Luckman (2014) vão identificar como institucionalização das práticas quotidianas, e que são responsáveis por transformar o ambiente natural em ambiente humano.

Percebemos que a humanização se constrói na relação com o ambiente, com a ordem cultural e social que já existe quando o homem nasce que interfere no seu desenvolvimento de forma determinante, e que ele deixará de legado para seus descendentes. “Desde o momento do nascimento, o desenvolvimento orgânico do homem, e na verdade uma grande parte do seu ser biológico enquanto tal, está submetido a uma contínua interferência socialmente determinada” (BERGER; LUCKMANN, 2014, p. 69).

Pelo fato de o próprio organismo humano ser em boa parte determinado socialmente, Berger e Luckmann (2014) afirmam que as naturezas humanas podem ser

tão diversas e numerosas quanto as culturas humanas. Por ser um empreendimento social, o homem não se desenvolve no isolamento e nem o ambiente humano se produz dessa forma, por isso os fenômenos humanos são todos inerentes ao reino social. “O organismo humano não possui os meios biológicos necessários para dar estabilidade à conduta humana” (BERGER; LUCKMANN, 2014, p.73). A existência em si, se pensada apenas organicamente, é caótica.

Para eles, “a ordem social não faz parte da ‘natureza das coisas’ e não pode ser derivada das ‘leis da natureza’. A ordem social existe *unicamente* como produto da atividade humana”. Porém, quando nascemos, num mundo já instituído e ordenado, parece que a forma como ele se organiza é da ordem do natural e que não poderia ser de outra maneira, quando na verdade a ordem social está assentada em uma série de convenções socialmente determinadas.

Ao acordar toda manhã, o homem já sabe que destino deve dar para o seu dia, quais são os seus afazeres, de acordo com sua forma de vida em sociedade, e como realizar cada um deles. Os autores afirmam que as ações habituais tornam desnecessária a redefinição de cada etapa do processo, pois possibilitam previsões e planejamento, evitam o sofrimento da incerteza e de ter que escolher todo dia o que fazer ou como fazer todas as atividades existentes no mundo da vida.

Para que as ações sejam institucionalizadas, é necessário que ocorra uma tipificação dessas ações e que essas também sejam executadas por determinados tipos de atores, ambos devem ter um caráter típico (BERGER; LUCKMANN, 2014, p. 77), e essa tipificação deve ser conhecida e compartilhada por todos os membros de uma sociedade. Esse processo de institucionalização também compreende a Mídia, pois esta também se constitui como instituição que é produto de uma história, de uma repetição, consolidação, reafirmação e controle. Sendo assim, a mídia tem um papel fundamental na organização da vida quotidiana, tendo em vista que permite a interação entre os sujeitos e os significados.

A vida quotidiana, neste artigo, é vista pela perspectiva fenomenológica, a qual tem um caráter fragmentário com percepções intersubjetivas e plurais. Essa ciência valoriza a experiência subjetiva, a vivência e o senso comum como variantes do dia a dia. A fenomenologia leva em consideração, justamente, um mundo que “já está aí”, um ambiente social e natural, “que não pode ser modelado à vontade, mas que, ao contrário,

resiste à injunção racionalista ou, pelo menos, relativiza-o” (MAFFESOLI, 2007, p.15).

A interação pela temporalidade

A interação e o cotidiano são da ordem do presente. Presente este que está intrinsecamente relacionado com a temporalidade. Quando destacamos a temporalidade, estamos compreendendo-a como a relação temporal do homem, a vivência humana na sensação do que está por vir, com uma visão do agora (VIANA, 2012; RICOEUR, 2016). Quando se pensa na temporalidade há uma indagação sobre o sujeito, pois o tempo só se torna humano quando desenha experiências temporais, ou seja, está articulado de maneira narrativa (RICOEUR, 2016). É por isso que ao pensar na temporalidade há uma indagação sobre o sujeito. Seria, então, o mesmo que perceber que a compreensão da sensação de transcender pode contribuir para entender melhor a natureza da subjetividade do sujeito.

A temporalidade em Ricoeur (2016) tem várias categorias, mas a que nos interessa é a ideia de presente distendido, baseado em Santo Agostinho (1978), um presente ampliado, e não como um instante pontual, pois está dividido entre espera, memória e atenção, e por isso não é estático, apesar de continuar sendo uma espécie de passagem, de transição. Assim como Ricoeur (2016), Heidegger (2006), se apóia em Santo Agostinho (1978) para hierarquizar os níveis de temporalidade. O filósofo, em *Ser e Tempo*, vai meditar sobre o ser para a morte e não pela lógica do triplo presente. É a partir de Heidegger que nasce uma fenomenologia hermenêutica, que “a experiência da temporalidade é suscetível de se desenrolar em vários níveis de radicalidade que cabe à analítica do *Dasein* percorrê-la” (RICOEUR, 2016, p. 144) desde o tempo autêntico e mortal para o tempo cotidiano e público em que tudo acontece ‘dentro’ do tempo (RICOEUR, 2016).

A partir da visão de Heidegger (2006), a temporalidade, que é vista como a maneira que o *Dasein* está no tempo cotidiano, se fundamenta na temporalidade do ser, na experiência temporal intersubjetiva (BLANQUET, 2012 *apud* CASTRO, 2015). Isso porque o tempo da vida cotidiana “caracteriza como o tempo ‘de fazer isto’, de fazer alguma coisa, de determinada maneira, própria de uma temporalidade epocal, geracional, cultural” (CASTRO, 2015a, p. 40). Segundo Castro (2015a), a relação que

temos com o tempo é originária, ou seja, nos ajustamos ao tempo, simplesmente porque ele nos foi dado intersubjetivamente. “O tempo sempre nos é dado antecipadamente (BLANQUET, 2012 *apud* CASTRO, 2015), e isso pelo fato de termos, em relação a ele, uma relação intersubjetiva. Centrado numa metafísica do presente, com o poder de converter todos os tempos, todas as épocas, a uma temporalidade presenteísta” (CASTRO, 2015a, p.40).

O que remete ao presenteísmo de Maffesoli (2015), que é a importância destinada à temporalidade presente, é o agora, o viver comum. Por isso, esse presenteísmo é marcado pela “comunicação social dos olhares, dos gestos, do toque e das conversas informais” (GIOSEFFI, 1997), pelo conhecer e reconhecer o que está acontecendo no momento. O presenteísmo marca a ideia do *Mitsein* (ser com outros) de Heidegger (2006), porque é a dinâmica de representação temporal marcada na relação com o outro. Essa é a grande diferença da fenomenologia do tempo de Agostinho e Maffesoli (1998c). Para Agostinho a temporalidade é marcada pela relação do ser com ele mesmo, internamente, ou seja, na alma, já para Maffesoli (1998c), ocorre temporalmente na relação com o outro.

É por meio dessa socialidade, permitida pela temporalidade, que os afetos são estabelecidos, naquele instante imediato, no agora, no presente, que é a estética do cotidiano, que faz experimentar sentimentos, sensações e emoções com os outros (MAFFESOLI, 2007; 1995). Ou seja, a comunicação ocorre no *Mitsein* de Heidegger (2006), no ser com os outros, na vivência com o outro, na intersubjetividade. É preciso que haja encontro, seja face a face ou mediado, para haver comunicação, mas esse encontro precisa ser dialógico, entendendo que é a partir do diálogo que há afetação. O termo afetação pode sugerir que esse diálogo faz modificações intensas no outro, no entanto, a afetação pode ser singela, seja por meio de uma mudança de humor, inquietação, reflexão, ou pode ter uma afetação mais forte que permite a transformação de comportamento da vida cotidiana e até aprendizado de um assunto novo.

Essa vida cotidiana, que permite afetação, se dá no tempo presente. O cotidiano é um lugar de constituição de laços e de socialidade, tendo em vista que o espaço temporal do cotidiano está relacionado com o agora, com o presente, que faz convergir outros tempos – sendo atravessado pelo passado e pelo futuro (BRETAS, 2006).

No campo das Ciências Sociais a vida comum “é explicada por uma operação científica que a separa dos saberes e dos discursos configuradores das experiências concretas vividas pelos sujeitos” (GUIMARÃES, 2006, p. 06), deixando-a no campo do sensível, no qual ocorre uma revelação das figuras que regulam o sentido das ações e do discurso da experiência do cotidiano, experiências essas singulares a cada indivíduo.

Segundo Berger & Luckmann (2014), a realidade da vida ordinária se apresenta para o sujeito como um mundo intersubjetivo, um mundo que vive junto com outras pessoas. Aqui, especificamente refletimos o lugar comum da mídia.

E é por meio dessa intersubjetividade que é possível para o sujeito diferenciar nitidamente a vida cotidiana de outras realidades das quais tem consciência. Podemos ter sonhos individuais, mas a vida cotidiana é tão real para nós quanto para os outros que dividem-na conosco. É por este motivo que não podemos existir na vida cotidiana sem interação com o outro, sem estar continuamente em comunicação com os outros.

Para que a vida comum aconteça, além do tempo, o local é imprescindível, porque o encontro faz-se em lugares. As cidades, por exemplo, são espaços públicos de encontro, nas quais há compartilhamento e construção de laços sociais, destacados pelo cotidiano simbólico das trocas e pela pluralidade (SOUZA, 2010).

A mídia é vista pelo cenário intelectual como onipresente na vida social (GUIMARÃES, 2006). As perspectivas ficam divididas entre pessimistas e otimistas, no entanto em boa parte das pesquisas de Comunicação Social a mídia é vista como uma personagem, que precisa ser compreendida. Aqui, neste artigo, entendemos a mídia como instituição, no qual há o entrelace social de vários personagens, como o público e os emissores.

Há uma aproximação entre espaços públicos e espaços midiáticos, quando os assuntos discutidos na vida cotidiana entram em cena na mídia e passam a permear as discussões do público. Numa visão ontológica, a subjetividade humana é um processo de invenção e experimentação, no qual cada sujeito se produz como um indivíduo único em transformação na experiência cotidiana. São nesses processos de subjetivação, ou seja, no encontro com o outro, que ocorre um processo dialógico de vivência (FURTADO, 2002; NOGUEIRA, 2009).

Lembramos que a história social não é escrita fora do espaço (NOGUEIRA, 2009) e esse espaço é social, porque não existe sociedade sem espaço (SANTOS, 1999).

Logo, o espaço é um lugar de encontro social, de comunicação, de interação no qual se constrói quotidianamente vínculos, afetos e escrevem-se histórias. Entretanto, essa história precisa ser entendida de forma indissociável, por meio de sua espacialidade.

A mídia e o estar junto

É dessa forma que o público de diversos tipos de mídia, por meio do compartilhamento de narrativas e da participação ativa na construção destas, ajuda a construir o cotidiano [midiatizado] do ambiente que está inserido e pode passar a enxergá-lo por uma perspectiva que talvez não visse antes das experiências coletivas que se dão nessa ambiência midiática, que vivencia uma forma de ‘estar junto’, ou seja, uma forma de estar no mundo - e de sustentar o cotidiano, como acredita Maffesoli (2007).

O cotidiano seria, então, um espaço de fragmentações, que dá organicidade às massas para enfrentar a dominação e administrar a vida coletiva (MAFFESOLI, 1998b). Para ele, o cotidiano é uma reapropriação da vida, o que faria da vida diária uma declaração de fatos. O cotidiano é a própria vivência do dia-a-dia, por isso permite novas significações a cada episódio da partilha com o outro, o que permite o surgimento de sentimentos e sensações emocionais. A mídia se configura como um lugar de pertencimento para o público a partir da manifestação pública de opinião, interação e integração, de reconhecimento de si e dos outros.

A reflexão da mídia como lugar de pertencimento no cotidiano se fundamenta considerando a complexidade da realidade social, as diferentes formas de organização da vida individual e coletiva, e os interesses que motivam as pessoas na construção comum da realidade social, tendo a mediação dos meios de comunicação nas interações comunicativas.

A representação inclui as práticas de significação e os sistemas simbólicos por meio dos quais os significados são produzidos, posicionando-os como sujeito. É por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência e àquilo que somos (WOODWARD, 2000, p. 17).

Este sentido só é encontrado na comunhão com o outro, na partilha (MAFFESOLI, 2003) comunicacional, que permite que os vínculos se estabeleçam

(SODRÉ, 2014). Dessa maneira, o objetivo do Campo Comunicacional é “observar como a sociedade conversa com a sociedade” (BRAGA, 2011b, p.66). Podemos, assim, compreender a interação como parte de um processo comunicacional, podendo ser chamada de interação social, comunicacional ou simplesmente interação.

A perspectiva comunicacional de Braga é construída “de seu lugar social, de seu comportamento coletivo (consensual ou institucional), ou mesmo daquilo que seus praticantes julgam (culturalmente) ser comunicacional” (YAMAMOTO, 2013, p. 101). Dessa forma, Braga (2011b) propõe um desentranhamento, que seria extrair de “processos políticos, econômicos e culturais” o que é próprio do comunicacional. Para o autor, na hora de desentranhar é preciso levar em consideração que as questões comunicacionais integram a realidade social, o que pode fazer com que a confundam com senso comum, tendo em vista que a nossa ciência considera a vivência, gestos e o sensível como parte importante na construção de um objeto de estudo.

A interação para a Comunicação Social é a “conversação” da sociedade (RÜDIGER, 2011). Para Braga, o termo “conversa” não se confunde com outro tipo de interação social, chamando a atenção para o “aspecto de troca comunicacional (ainda que o objeto de uma 'conversa' possa ser de diversas naturezas – econômica, política, militar, científica, ou sensual)” (BRAGA, 2011a, p.28). A conversação enfatiza que essa troca é uma comunicação. No entanto, para Braga (2011a, p. 66):

as expressões “conversação” e “conversa” tomam como metáfora e ampliam para o espaço social amplo o que ocorre entre pessoas em situação presencial. Isso traz problemas – porque estimula uma perspectiva determinada por um modelo dialógico-simétrico alternado-recíproco de comunicação – modelo que não se justifica em instâncias mais complexas e diversificadas. Preferimos então utilizar a expressão “interação social” (ou, quando necessária maior explicitação, “interação comunicacional”), ou ainda simplesmente “interação” – abrangendo, mas não se restringindo àquelas trocas do modelo alternado-recíproco (BRAGA, 2011a, p. 66).

À vista disso, para Braga (2011a) uma maneira de referir-se à interação comunicacional é considerar que se trata dos processos simbólicos e práticos que “viabilizam as diversas ações e objetivos em que se veem engajados” (BRAGA, 2011a, p.66). Os estudos sobre interação comunicacional vão desde as conversas banais do dia-a-dia, entre mãe e filha, por exemplo, os estudos feitos a partir da Teoria da Análise da

Conversação baseados em Goffman, até os estudos feitos sobre as conversas mediadas por meios de comunicação.

Braga chama a atenção para a necessidade de “perceber as diferenças e especificidades de cada um dos diferentes processos de interação social sobre a mídia, usando o pertencimento comum a um mesmo patamar justamente como critério de comparação e diferenciação” (BRAGA, 2006b, p.34).

A interação social, para o teórico, seria o “*lugar de ocorrência da comunicação*”. Apesar de não ter um conceito fechado para o que significa esse lugar, fica claro que a comunicação só é possível a partir de uma conversa. A conversa não precisar ser apenas com palavras, os gestos; as expressões faciais e corporais também informam, comunicam e são formas de interagir.

Esse “*lugar de ocorrência da comunicação*” não é necessariamente presencial, quando mediado pela mídia passa a ser virtual. Isto fica claro quando Muniz Sodré (2014) ressalta que a partir dos diferentes tipos de contato estabelecidos pela mediação, configuram-se novos modos de presença, a exemplo da presença virtual possibilitada pela tecnologia, seja pelo *smarthphone*, computador, rádio ou televisão. Para Muniz Sodré a midiatização é uma qualificação particular da vida, um novo modo de presença do sujeito no mundo. Então, a midiatização pode ser entendida como uma tecnologia de socialidade (SODRÉ, 2001). A marca dessa socialidade é a comunicação, por pressupor a troca e a complementaridade que se distende num jogo de reversibilidade, que nascem significados culturais, valores, multiplicidade e diferenças (GIOSEFFI, 1997). A midiatização seria também um instrumento para o presenteísmo maffesoliano, que marca a ideia de reconhecimento social e a participação no aqui e agora, no presente.

O lugar pode ser virtual, com diferentes tipos de contato, o que para Fechine (2006), como para Muniz Sodré (2001), também são novos modos de presença. A mídia ao fazer a ligação do individual com o coletivo, conecta o cotidiano que produz ao cotidiano do público, criando “um sentido de ‘estar com’ que se manifesta pela co-presença que a similaridade da programação (todos vendo a mesma coisa) e a similaridade da transmissão (ao mesmo tempo) propiciam” (FECHINE, 2006, p.2). O mesmo ocorre com outras mídias que fazem uso do presenteísmo para se aproximar do público, seja nas mídias com plataformas na internet ou rádio e televisão.

Muniz Sodré (2006) também acredita que a experiência sensorial entre mídia e

espectador faz com que este seja emerso numa sensibilidade comunicacional individual e coletiva, o que transforma a interação em um fenômeno ainda mais subjetivo, “pois a comunicação só ocorre quando a mensagem consegue afetar o invisível, o interior da pessoa, a sua alma” (RIBEIRO, 2013, p. 6). Ribeiro explica que a ação de “afetar” significa comover, mexer com sentimentos e sentidos ou provocar uma modificação. Assim, o afeto seria a capacidade de modificação no ser, que passa a sentir e a pensar diferente da forma anterior a de ter sido afetado.

Por isso, Muniz Sodré (2014, p. 9) chama a atenção para o que significa comunicar, que pode, ao mesmo tempo, “vincular, relacionar, concatenar, organizar ou deixar-se organizar pela dimensão constituinte, intensiva e pré-subjetiva do ordenamento simbólico do mundo”. Portanto, como disse, se há vínculo entre as pessoas, há interação social, favorecendo o afeto, tão importante para a comunicação.

A televisão, como o rádio, tem uma relação particular com o público: a intimidade (JOST, 2007). E com o ‘ao vivo’, a televisão provoca uma troca de momentos, nos quais o espectador acompanha a transmissão “menos pelo que deseja saber, e mais pelo que almeja sentir: sentir junto, sentir o sentir do outro e, principalmente, sentir-se junto ao outro no momento em que todos sentem o mesmo tão somente pela experiência de ‘ver TV’” (FECHINE, 2006, p.2). Assim, acrescenta a autora, a televisão ‘ao vivo’ permite que destinadores e destinatários compartilhem da mesma temporalidade, colocando-os em um mesmo lugar (o de pertencimento). E esse efeito espaço-temporal permite um efeito de contato, mesmo se não houver a participação direta do espectador por telefone, e-mail ou por outros meios, ou seja, não é preciso uma comunicação direta, com participação do público, para que este seja afetado.

Considerações finais

Consideradas um lugar privilegiado de comunicação, a mídia tornou-se, então, um *lugar de pertencimento*, um espaço como fator de socialidade, por conta da valorização espacial do virtual e da razão com afeto no sentido mais simbólico. Nessa perspectiva de olhar com afeto para a interação, a comunicação tem um papel fundamental na construção do sensível. A afetividade e a interação são propriedades

dessa comunicação sensível, construídas no cotidiano. Esse cotidiano está em sintonia com o senso comum, com o banal e com a vivência, o que não quer dizer que se esvai de sentido. Essa vivência seria o próprio cotidiano, o mundo da vida, se diferenciando da experiência, que é uma vivência intelectualizada, quando há reflexão sobre o vivido.

O espaço-tempo da comunicação midiaticizada permite estabelecimento de vínculos maiores possibilidades de interações, tendo em vista que a mídia se configura como um lugar de pertencimento para o espectador a partir da manifestação pública de opinião, interação e integração. É nesta relação que ocorre a comunicação, conseqüentemente o compartilhamento de informação e sentimento.

As sensações que os espectadores têm ao se conectar virtualmente com a mídia estão ligadas à temporalidade compartilhada, ao cotidiano e à interação. Os sentimentos desse sujeito-espectador precisam ser compartilhados com outro sujeito-espectador para reafirmar, diariamente, o seu lugar de pertencimento.

Referências

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. 36. ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

BRETAS, Beatriz. Ativismos da rede: possibilidades para a crítica de mídia na internet. In: BRETAS, Beatriz (Org.). **Narrativas telemáticas**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006, p. 129-142.

CARVALHO, Jússia; MARTINS, Elaide. A construção do cotidiano de Belém pelo olhar do Sem Censura Pará. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL MÍDIA E DISCURSO NA AMAZÔNIA 2, Belém. **Anais...** Belém: PPGCom, 2016.

CASTRO, Fábio Fonseca de. **As “interações sociais” como objeto de pesquisa da comunicação**: percursos teóricos e modelos metodológicos. Belém: PPGCom, 2015. Texto produzido para reunião do Grupo de Pesquisa Interações, Tecnologia e Amazônia, Universidade Federal do Pará, 2015.

FECHINE, Yvana. Uma proposta de abordagem do sensível na TV. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 15., 2006, Bauru. **Anais...** Brasília: Compós, 2006. p. 1-14.

FRANÇA, V. O acontecimento e a mídia. In: **Galaxia** (São Paulo, *Online*), n. 24, p. 10-21, dez. 2012. Disponível em <https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/12939>. Acesso em 09 abr. 2017.

FURTADO, Odair. O psiquismo e a subjetividade social. In: BOCK, Ana Maria; GONÇALVES, Maria da Graça; FURTADO, Odair. (Org.). **Psicologia sócio-histórica: uma perspectiva crítica em psicologia**. São Paulo: Cortez, 2002. p. 93-116.

GIOSEFFI, Maria Cristina da Silva. Michel Maffesoli, estilística... imagens... comunicação e sociedade. In: **Logos: Comunicação e Universidade**, Rio de Janeiro, v. 4, n. 1, p. 48-53, 1997.

GUIMARÃES, César. O ordinário e o extraordinário das narrativas. In: GUIMARÃES, César; FRANÇA, Vera (Org.). **Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

HEIDEGGER, Martin. **Ser e tempo**: parte 1. 15. ed. Petrópolis: Vozes, 2006.

JOST, François. **Compreender a televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

MAFFESOLI, Michel. **A contemplação do mundo**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.

_____. **Elogio da razão sensível**. Petrópolis: Vozes, 1998^a

_____. **Pour une sociologie de la vie quotidienne**. Paris: Desclée de Brouwer, 1998b.

_____. A comunicação em fim (teoria pós-moderna da comunicação). In: **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 20, p. 13-20, abr. 2003.

_____. **O conhecimento comum**. Porto Alegre, Sulina, 2007.

_____. Não é mais o futuro que importa, e sim o presente. In: **Fronteiras do Pensamento**, out. 2015. Entrevista a IHU On-Line.

NOGUEIRA, Maria Luisa Guimarães. Subjetividade e materialidade: cidade, espaço e trabalho. **Fractal: Revista de Psicologia**, Rio de Janeiro, v. 21, n. 1, p. 69-86, jan./abr. 2009.

RICOEUR, Paul. **Tempo e narrativa**. v. 4. São Paulo: Ed. WMF Martins Fontes, 2016.

RIBEIRO, Emiliana Pomariso. Micronarrativas Afetivas: o Tocar pelo Invisível para uma Comunicação Visível. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 36., 2013, Manaus. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2013. p. 1-15.

RÜDIGER, Francisco. **As teorias da comunicação**. Porto Alegre: Penso, 2011.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: espaço e tempo, razão e emoção**. São Paulo: Hucitec, 1999.

SODRÉ, Muniz. Sobre a vida anunciada. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 2, p. 113-120, 2001.

_____. **As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política.** Petrópolis: Vozes, 2006.

_____. **A ciência do comum: notas para o método comunicacional.** Petrópolis: Vozes, 2014.

SOUZA, José Glaydson Pereira. O cotidiano nos calçadões. **Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**, Covilhã, p. 1-6, 2010.

SCHUTZ, Alfred. **El Problema de la Realidad Social.** Buenos Aires: Amorrortu, 1974.

YAMAMOTO, Eduardo Yuji. Desentranhar o comunicacional: a comunicação segundo José Luiz Braga. *In: Questões Transversais - Revista de Epistemologias da Comunicação*, São Leopoldo, v. 1, n. 2, p. 100-106, jul./dez. 2013.

VIANA, Cristina Amaro. Tempo e sujeito em Paul Ricoeur: uma introdução a partir da leitura ricoeuriana do Livro XI das confissões de Santo Agostinho. **Contemplação**, Marília, n. 4, p. 1-19, 2012.

WOODWARD, K. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. *In: SILVA, T. T. Identidade e diferença.* Rio de Janeiro: Vozes, 2000.