

Mídias, estratégias políticas e comunicação

Redefinições das características da esfera pública no contexto da midiaticização

Media, political strategies and communication

Redefinitions of the characteristics of public sphere in the context of mediatization

Medios, estrategias políticas y comunicación

Redefiniciones de las características de la esfera pública en el contexto de la mediatización

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2019.14.2.2913>

► PAULA DE SOUZA PAES

paulasouzapaes@gmail.com - Universidade Federal da Paraíba, Brasil.

Fecha de recepción: 14 de septiembre de 2019

Fecha de aceptación: 18 de noviembre de 2019

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9605-2005>

RESUMO

Este artigo se interessa às redefinições da noção de esfera pública e sua relação com a política a partir de uma perspectiva informacional e comunicacio-

nal. Abordaremos essas mudanças principalmente através dos olhares de dois pesquisadores que se dedicaram a entender o funcionamento da esfera pública na contemporaneidade: Bernard Miège e Peter Dahlgren. Nossa atenção estará voltada para as mutações que afetaram a esfera pública, ocasionando sua fragmentação e ampliação. Essa dinâmica é explicada pelas mudanças das práticas de comunicação, principalmente política, e das jornalísticas na fomentação da democracia. Essas práticas serão tratadas como prismas para compreender a esfera pública uma vez que esta depende, dentre outros fatores, das interações e trocas midiaticizadas.

PALAVRAS-CHAVE: *espaço público, comunicação, mídia, estratégias políticas, midiaticização.*

ABSTRACT

This article is concerned with the redefinitions of the public sphere and their relationship with politics from an informational and communicational perspective. We will address these changes primarily through the eyes of two researchers who have devoted themselves to understanding the functioning of the public sphere in contemporary times: Bernard Miège and Peter Dahlgren. Our attention will be focused on the mutations that affected the public sphere, causing its fragmentation and expansion. This dynamic is explained by changes in communication practices, especially politics and journalistic practices in fostering democracy. These practices will be treated as prisms for understanding the public sphere since it depends, among other factors, on mediated interactions and exchanges.

KEYWORDS: *public place, communication, media, political strategies, mediatization.*

RESUMEN

Este artículo se interesa en las redefiniciones de la noción de esfera pública y su relación con la política desde una perspectiva informativa y comunicativa. Abordaremos estos cambios teniendo en cuenta, principalmente, el trabajo de dos investigadores que se han dedicado a comprender el funcionamiento de la esfera pública en los tiempos contemporáneos: Bernard Miège y Peter Dahlgren. La atención está centrará en las mutaciones que afectaron la esfera pública, causando su fragmentación y expansión. Dicha dinámica se explica por los cambios en las prácticas comunicativas en general, especialmente la comunicación política, y en las prácticas periodísticas y el fomento de la democracia. Estas prácticas serán tratadas como prismas para comprender la esfera pública, ya que ésta depende, entre otros factores, de interacciones e intercambios mediados.

PALABRAS CLAVE: *esfera pública, comunicación, medios, estrategias políticas, mediatización.*

1. INTRODUÇÃO

A reflexão sobre os fundamentos teóricos e as modalidades de funcionamento da esfera pública, desde que foi conceituada por Jürgen Habermas (1962) –em seu célebre livro: *Mudança estrutural da esfera pública*– deu origem a vários livros e artigos do pesquisador francês Bernard Miège (1997; 2009; 2010). Em seu último livro intitulado *Espaço público contemporâneo* (2010), o professor emérito da Université Grenoble Alpes (UGA), França, dedica mais de 220 páginas a uma abordagem info-comunicacional do conceito de *espaço público*. Assumidamente influenciado por Habermas, Miège viu na obra do filósofo alemão uma oportunidade e enriquecer os estudos em mídia e comunicação. Uma das características desses novos espaços públicos contemporâneos é sua fragmentação, o lugar “menor” ocupado pela política e o entrelaçamento entre o público e o privado que afetam o seu funcionamento (Miège, 2010). O livro citado e outros trabalhos de Miège dialogam, portanto, diretamente com este dossiê intitulado: *Los procesos de mediatización, sus articulaciones con lo político como (re)configurador de la polis*. Assim como as pesquisas do professor sueco Peter Dahlgren (1994; 2000; 2005; 2009), da Universidade de Lund, Suécia, que insiste na importância de revisitar a noção de espaço público propondo um olhar atento às mudanças históricas. Segundo ele, o desafio para o pesquisador é adaptar a noção aos acontecimentos contemporâneos, porque novos movimentos sociais são visíveis nas mídias dominantes. O autor argumenta desde o começo dos anos 2000 que, apesar da “pluralização” do EP, a reflexão sobre ele “nos convida fundamentalmente, já que entramos no novo milênio, a refletir sobre a relação entre mídia, comunicação e democracia” (Dahlgren, 2000, p. 163)¹. A esfera pública contemporânea poderia, assim, refletir a transformação das relações sociais de poder. Agora é necessário entender mais profundamente essa dinâmica, que faz parte de mudanças ainda mais complexas na maneira de argumentar e produzir informações nas sociedades contemporâneas.

Dessa maneira, este artigo pretende apresentar as redefinições da esfera pública segundo os pesquisadores acima citados, refletindo sobre o papel da comunicação e das mídias chamadas “históricas” (jornais, rádio e televisão) e a web nesse processo. Em um primeiro momento, iremos situar o pensamento de Miège, trazendo suas inspirações teóricas para, em seguida, refletir sobre as mudanças pelas quais a esfera pública passou e vem passando e o papel das mídias nessas transformações, através de um debate sobre sua fragmentação, novos atores que surgem nos espaços públicos e o lugar da política nesses espaços. Observa-se também a porosidade entre esfera pública e privada que reflete mudanças tanto do campo político quanto do midiático. A constituição de uma rede de interdependência crescente entre autoridades políticas e jornalistas (Neveu, 2003) demonstra essa dinâmica, que detalharemos mais adiante.

¹ “Nous invite fondamentalement, alors que nous entrons dans le nouveau millénaire, à réfléchir sur les rapports entre média, communication et démocratie”. Tradução da autora.

Os estudos de Dahlgren são uma oportunidade para se repensar esses “novos” espaços que surgem na web, onde valores como igualdade, liberdade e justiça são objeto de discussão e compartilhamento. Ele salienta que a Internet tornou-se um dos principais meios de comunicação nas sociedades industrializadas –mesmo que permaneça desigual seu acesso e uso– e participa, sem dúvida, da esfera pública, uma vez que alimenta a “cultura cívica” comum. Dahlgren busca analisar as condições que são necessárias para favorecer ou limitar o engajamento cívico em uma determinada sociedade.

2. ESPAÇO PÚBLICO COMO CATEGORIA ANALÍTICA

É importante situar a perspectiva científica a partir da qual Miège formula sua reflexão sobre o espaço público contemporâneo, visto que essa noção apresenta diferentes filiações históricas ou ainda tradições que se relacionam, mas se diferenciam entre si². Duas dessas delas são: o pensamento grego e o pensamento iluminista que veremos a seguir.

A filósofa Hannah Arendt (1958), por exemplo, prolonga e desenvolve o pensamento antigo grego quando conceitua espaço público e, por consequente, o espaço privado. Ela relata o surgimento dessa área que é resultado da formação do Estado-nação. O pensamento antigo sobre a realidade política baseava-se na separação entre o domínio público (esfera da *polis*) e o privado (casa, família). O período moderno se traduz, no entanto, pela diluição da fronteira entre esses domínios com o advento do social e da sociedade, cuja forma política de organização é nomeada “nação”. Como afirma a filósofa alemã, sempre em referência ao pensamento grego, o advento do social coincide com a transformação em interesse público do que anteriormente era assunto individual, concernente à propriedade privada (a esfera familiar que carrega uma dimensão coletiva). No sentido moderno, o privado –que corresponde ao íntimo– não se opõe mais ao *político*, mas ao *social*. As questões que se enquadravam na esfera familiar tornaram-se, assim, preocupações coletivas. O advento do romance, por exemplo, é observado pela filósofa, como expressão de uma arte social relacionada à intimidade, pertencente às relações e temáticas que os indivíduos mantêm na esfera privada. O social surge, dessa forma, como um espaço comum de trocas e confrontações de idéias e opiniões que não estão sob o controle do Estado. Nesse sentido, a liberdade está no domínio do social, protegido da autoridade política. A filósofa chama atenção para a fala e o poder de expressão através da linguagem, já que a esfera pública só existe pelo o que é visto e ouvido por todos. A esfera é aqui entendida como um espaço comum que reúne cidadãos livres e visíveis que colocam em julgamento coletivo questões sobre a realidade em que vivem.

2 As quatro principais filiações dos espaços públicos que fazemos referência são: pensamento grego desenvolvido por Hannah Arendt, pensamento iluminista desenvolvido por Jürgen Habermas, pensamento liberal e pensamento oposicional e alternativo. Para aprofundar ler: Miège, 2010.

O filósofo político alemão Habermas (1962), no livro *L'espace public - Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, também vê a esfera pública como um espaço de discussão “a partir do qual as pessoas privadas reunidas em público se preparavam para coagir o poder a se justificar diante da opinião pública” (Habermas, 2008, p. 36)³. Essa noção é vista como um “espaço” intermediário que emerge entre a vida privada e o Estado monárquico, onde os cidadãos (burgueses) podem trocar argumentos a partir da leitura de jornais, livros em cafés e salões literários desde o século XVII. Essa troca assume, portanto, uma forma literária; a ênfase não é colocada aqui na oralidade, como observamos acima com Arendt. Isso ocorre porque a análise do filósofo Habermas se inscreve em uma tradição, a abordagem crítica da Escola de Frankfurt, que se revela na apresentação da noção de esfera pública a partir de um contexto histórico concreto: as sociedades inglesa, francesa e alemã a partir particularmente do século XVIII e início do século XIX. A formação da esfera pública é assim demonstrada de acordo com as condições históricas da época: as reuniões regulares em salões literários, o surgimento da imprensa de opinião, o aumento da alfabetização. Na passagem seguinte, o filósofo afirma que o uso público deve ser entendido como uma reivindicação contra a prática do sigilo que era próprio à Monarquia:

Le processus, au cours duquel le public constitué par les individus faisant usage de leur raison s'approprie de la sphère publique contrôlée par l'autorité et la transforme en une sphère où la critique s'exerce contre le pouvoir de l'Etat, s'accomplit comme une subversion de la conscience publique littéraire, déjà dotée d'un public possédant ses propres institutions et de plates-formes de discussion. (Habermas, 2008, p. 61)⁴

Segundo o filósofo, a esfera pública política nasce do uso público da razão (a *Aufklärung*), que era anteriormente da ordem privada. Assim, ela opõe-se ao poder através da *Aufklärung*, a maneira pela qual ocorrem trocas e julgamentos. A ênfase aqui está no livre exercício da crítica de acordo com o princípio da Publicidade, em referência a Emmanuel Kant (2006), que enfatiza a escrita como a única modalidade de troca capaz de tornar os indivíduos conscientes e livres para criticar. Esse princípio consiste em usar a razão, pensar por si mesmo e tornar públicas as reflexões e idéias por meio da comunicação escrita. No entanto, é importante enfatizar que o acesso ao debate público é limitado: o povo não têm acesso. É por isso que a esfera política pública habermasiana também é conhecida como esfera pública burguesa: ela se diferencia ao mesmo tempo da corte e do povo.

3 “(...) d'où les personnes privées rassemblées en un public s'apprêtaient à contraindre le pouvoir de se justifier face à une opinion publique”. Tradução da autora.

4 “Le processus, au cours duquel le public constitué par les individus faisant usage de leur raison s'approprie de la sphère publique contrôlée par l'autorité et la transforme en une sphère où la critique s'exerce contre le pouvoir de l'Etat, s'accomplit comme une subversion de la conscience publique littéraire, déjà dotée d'un public possédant ses propres institutions et de plates-formes de discussion”. Tradução da autora.

A esfera pública política elaborada por Habermas se desdobra em uma esfera pública literária: uma esfera cultural autônoma cuja emergência está diretamente ligada a dois elementos: a circulação da escrita e o exercício público da razão. É nesse sentido que, para Habermas, a imprensa desempenha um importante papel de mediação entre a sociedade e o Estado. Os primeiros jornais, conhecidos como imprensa de opinião ou imprensa política, que começaram a aparecer a partir de meados do século XVII, assumiram o papel de julgar e confrontar publicamente as autoridades. Os jornais servem de apoio a essa esfera, fomentando a sociabilidade de cafés e clubes, tecendo críticas estéticas, julgamentos e reflexões sobre os livros publicados na época. O filósofo alemão considera, portanto, que a esfera pública literária é o fundamento da esfera pública política. Esta proposta é examinada pelo historiador francês Roger Chartier (1960) em seu livro *As origens culturais da Revolução Francesa*.

Para explicar as condições que possibilitaram a Revolução Francesa e os questionamentos das instituições e normas da época, Chartier propõe compreender a situação histórica que contribuiu para a autonomia adquirida pelos indivíduos que viviam sob a vigilância do Estado monárquico e suas instituições. Ele está, portanto, interessado no surgimento da opinião pública, o que resulta no exercício da crítica e no questionamento dos costumes. As formas de publicização e compartilhamento de ideias que ocorreriam na esfera pública, tal qual foi formada e desenvolvida nas sociedades européias durante o século XVIII, surgem com a chamada imprensa de opinião. A esfera pública anunciada pelo filósofo alemão é apoiada pela imprensa da opinião cujo número de títulos aumenta significativamente entre 1720 e 1750 (de 48 para 90). Os jornais analisam livros fazendo interpretações públicas, comentários, discussões etc. A multiplicação de periódicos contribui para a criação de um ambiente marcado por discussões e julgamentos críticos sobre novos livros publicados durante o período. É, portanto, a formação de uma opinião diferente das normas das autoridades que estava em jogo. Trata-se de uma opinião que ocorre a partir de uma competência crítica nutrida por discussões. O uso desses elementos históricos permite compreender o processo pelo qual os jornais contribuíram para a ativação da esfera pública. No entanto, ela se redefiniu ao longo do tempo. As formas de troca mudaram: não se trata mais de trocar opiniões em cafés e salões literários.

Certamente, ocorreram transformações na maneira de produzir informações: os destinatários dessa imprensa são hoje muito mais numerosos com a amplitude da televisão e da Internet, por exemplo. Ora, as mídias agora devem se reportar a um público variado e adaptar a oferta à diversidade de interesses. A forma de escrita da imprensa também mudou com o surgimento da imprensa comercial: de uma estreita relação com os cidadãos e um claro viés político – uma redação baseada no registro polêmico (irônico, de não-adesão e

autônomo) – hoje é menos abertamente engajada ou pelo menos marginalizada em áreas específicas como as colunas⁵.

As relações entre as mídias e os cidadãos, mas também entre elas e o Estado e o poder econômico, tornaram-se mais complexas ao longo do tempo. As mudanças que afetam as mídias permitem considerar as transformações pelas quais a esfera pública passou, mesmo que reconheçamos que a mídia não é o único local que promove práticas democráticas e pode ativar a esfera pública.

Dessa forma, as transformações que acabamos de apresentar não subestimam o papel da mídia na esfera pública atual: no entanto, não podemos afirmar que apenas a imprensa de opinião desempenha um papel fundamental na ativação da esfera pública. As formas e os lugares que fazem emergir a esfera pública se diversificaram e as mídias ocuparam um lugar importante nessa dinâmica, assim como as “novas” mídias on-line. Não podemos, portanto, dar conta da esfera pública contemporânea, tomando como exemplo as práticas da época, como as trocas de opiniões ou debates deliberadamente alimentados pela imprensa. Falar de uma esfera pública unificada tal como ela foi concebida no século XVIII não seria pertinente. O mesmo se aplica à modalidade de publicização baseada apenas em trocas argumentativas. É o que reitera Miège (2010) que se inspira da perspectiva habermasiana, prolongando a noção de esfera pública. O seu último livro, *L'espace public contemporain*, é inteiramente dedicado à reflexão sobre a fragmentação e a diversificação do espaço público tal qual elaborado por Habermas. Miège argumenta que a esfera pública se expandiu, fragmentou e diversificou à medida que espaços de diálogo e troca surgiram ultrapassando a esfera política. A emergência de “novos” espaços, também chamados por ele de “parciais”, está relacionado a *dois elementos* que fazem parte de mudanças sociais: as práticas de comunicação se tornam cada vez mais diversificadas com as vantagens trazidas pelas TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação) como a possibilidade de um indivíduo entrar em contato com muitos outros indivíduos (*one-to-many*) por meio de blogs, bate-papos, fóruns de debate. As trocas de experiências de vida (questões individuais sendo debatidas) nesses espaços expressam questões coletivas, mesmo que as discussões permaneçam fechadas a uma discussão privada ou a um ambiente de proximidade (através de um grupo de amigos ou colegas de trabalho).

Nessa lógica, é possível dizer que experiências “comuns” estão alimentando cada vez mais a esfera pública contemporânea. Essa tendência anda de mãos dadas com o segundo elemento: a complexificação da relação entre indivíduos e a política. Segundo a filósofa Arendt (1995), a política se refere ao viver em sociedade, às práticas e instituições que tornam isso possível. É o espaço de liberdade em que os homens se relacionam para deliberar. A política é o que nos permite viver juntos e organiza o que compartilhamos (a pluralidade de

⁵ Sobre as modalidades de escrita da imprensa e o posicionamento dos jornalistas a partir da análise da “tonalidade” do textos, ler: La Haye (2005).

experiências) e o que nos distingue individualmente (nossas próprias experiências e percepções). Portanto, a política não diz respeito à uma relação que se estabelece entre dominantes e dominados.

O engajamento político e a participação na vida pública assumem modalidades diversas. As mobilizações sociais na atualidade não são necessariamente organizadas com o apoio de partidos ou sindicatos políticos. Pequenos grupos de pessoas se organizam em projetos coletivos, manifestando muitas vezes demandas que cobrem aspectos societais particulares (que pertencem ao social e se referem às estruturas e funcionamento das sociedades)⁶. Esses projetos coletivos podem ser a criação de mídias, colaboração entre profissionais das mídias ditas tradicionais e não profissionais que produzem informações (associações, mídias de bairros situados em periferia, por exemplo)⁷. Dessa forma, o pesquisador francês argumenta que o espaço público político não é mais o único modo de organização do espaço público: não é mais uma passagem obrigatória para os debates públicos conduzidos em espaços parciais que podem (ou não) ter acesso ao político, como abordamos a seguir. Importante lembrar que Miège insiste que o conceito de espaço público deve ser posicionado dentro de sociedades específicas: ou seja, a abordagem do espaço público deve ser constantemente contextualizada.

3. ESPAÇO PÚBLICO FRAGMENTADO E AMPLIADO

Não se trata aqui de negligenciar a noção de esfera pública (e o modelo ideal-tipo que ela comporta); o contrário, trata-se de levar em conta as novas potencialidades que ela revela. Miège corrobora com esse posicionamento quando ele propõe a fragmentação do espaço público político habermasiano e a constituição dos “espaços societais” intimamente ligados à presença menos pronunciada *da política* nas ações sociais.

Espaços para discussão foram formados em todas as esferas da sociedade. Assim, é a própria estrutura da esfera pública que mudou gradualmente: “esferas públicas, privadas e sociais, nenhuma das quais dispõe do monopólio da publicidade e da publicização de opiniões, mesmo se evidentemente algumas são mais naturalmente inclinadas a fazê-lo do que outras” (Miège, 2010, p. 142).

Por meio das mídias, as deliberações e discussões privadas que ocorrem em espaços íntimos e socializados alimentam as esferas públicas “societais”. Dominique Mehl (2003), diretora de pesquisa do CNRS (Centre d’Études des Mouvements Sociaux), demonstrou essa dinâmica com o exemplo da participação crescente do testemunho do indivíduo “comum” nas mídias. Sua pesquisa concluiu que visibilidade desse indivíduo (que é convidado a se expressar e debater questões individuais em programas de auditório) revela a diluição

⁶ De acordo com Miège, o termo societal é menos restrito do que o termo “social” (Miège, 2010, p. 205).

⁷ Sobre a criação de novas mídias e fomentação de práticas democráticas, sugerimos: Paes & Almeida (2018).

das fronteiras entre espaço público e privado. Essa porosidade parece estar se fortalecendo atualmente, porque os espaços de expressões na web são imprecisos e moventes e combinam-se com uma diferença cada vez mais tênue entre os status assumidos por um indivíduo: leitor, autor, espectador, especialmente desde o advento da chamada web colaborativa (Primo & Trasel, 2006).

O surgimento de novos meios de comunicação e a expansão da Internet geram especulações, discussões e pesquisas científicas sobre a sua possível contribuição para a democracia e, em especial, para a esfera pública (Gomes, 2008; Maia, 2008; Prudencio, 2009). Um dos pesquisadores que investiga a relação entre esfera pública e o potencial da Internet é Dahlgren. Em um artigo publicado nos anos 2000, Dahlgren destaca três dimensões indissociáveis do espaço público que levantam questões sobre democracia e dão lugar à expressão de pontos de vista distintos na Internet. A primeira é a “dimensão estrutural” que é definida por princípios estruturantes do espaço público, ou seja, a ideia da universalidade do acesso à fala. O espaço público e, conseqüentemente, as mídias deveriam “permanecer tecnicamente, economicamente, culturalmente e linguisticamente ao alcance dos membros da sociedade” (Dahlgren, 2000, p. 163).

No entanto, observamos a formação de grandes grupos de comunicação ligados às leis do mercado e das finanças. E quando os ideais democráticos são confrontados aqueles provenientes do mercado e da mercantilização da informação⁸, não é mais possível acreditar em um espaço público como espaço democrático. Dahlgren indica também que “os ideais do jornalismo estão cada vez mais subordinados às demandas do mercado” (Dahlgren, 2000, p. 164)⁹, ideia que poder ser demonstrada principalmente por meio de programas e reportagens que são cada vez mais triviais e sensacionalistas cujo objetivo é atrair a atenção do maior número de espectadores¹⁰. Como resultado, as características estruturais da internet tendem a vincular o crescimento da web ao acesso universal a todos os cidadãos. No entanto, outros fatores concorrem para a formação do espaço público e os indivíduos usam a web para fins sobretudo particulares, sem necessariamente pensar nas necessidades coletivas e sociais. É por isso que o pesquisador sueco aponta também dois elementos-chaves do espaço público, não relacionados à mídia, que devem ser levados em conta. São eles: a interação e o engajamento dos cidadãos. A participação cívica é essencialmente uma atividade coletiva e o autor refere-se ao potencial que todo indivíduo tem de ser um agente “habilitado” politicamente (*empowered political agent*), isto é, de ser capaz de agir e causar impactos na vida política. A comunicação entre cidadãos é um elemento decisivo do espaço público, mas essa comunicação depende de condições sociais e estruturais. As mídias são

⁸ As pesquisas sobre esse assunto são numerosas, citamos como exemplo: Neveu (2006).

⁹ “Les idéaux du journalisme sont de plus en plus subordonnés aux impératifs du marché”. Tradução da autora.

¹⁰ Alguns autores vão apontar como consequência o tratamento “fait divers” da atualidade, principalmente as informações políticas nacionais e internacionais, a saber: Marchetti (2005).

necessárias como agentes catalisadores, entretanto, a qualidade da democracia depende da participação dos cidadãos. Como resultado, devemos olhar também para os elementos que caracterizam a participação dos cidadãos na tomada de decisões. A regeneração do espaço público, segundo o autor, não garante a democracia: a ampliação do espaço público promovido pela Internet deve estar ligada à renovação dos aspectos tradicionais das estruturas políticas, dos processos de tomada de decisão, do engajamento cívico e dos aspectos práticos do poder.

A segunda dimensão diz respeito à questão “espacial”. As mídias desempenham um papel importante na constituição do espaço. Com a Internet e novas formas de comunicação, o espaço territorial é ultrapassado pelo espaço comunicativo, que o tira de um “lugar”; e, dessa forma, se questiona o modelo unificado do espaço público, fazendo referência a Habermas. Observa-se, portanto, a contribuição da Internet para essa dimensão espacial do espaço público. Vemos a oferta de espaços de comunicação e também a possibilidade de produção coletiva de novos espaços. E, até pela estrutura do hipertexto, esses espaços se ampliando ainda mais e criando muitos pequenos espaços conectados entre si, como fóruns, *wikis*, *sites* ou *blogs*. Podemos citar aqui como exemplo a criação do *Bondy Blog* (Paes & Almeida, 2018) na França que é considerado uma mídia resultado de um projeto coletivo que encoraja a “fala privada” dos habitantes. Eles desempenham o papel de “testemunha” de uma situação que pode afetar outros indivíduos. A pesquisadora brasileira, Rosiley Maia (2008), ressalta também a sofisticação de ações coletivas por moradores das periferias de Belo Horizonte para chamar a atenção da mídia e da sociedade, elaborando um discurso questionador do que é veiculado pelas mídias tradicionais.

Questões individuais, não necessariamente relacionadas à esfera política, podem irrigar o coletivo, seja em debates e conversações públicas em espaços consultivos sobre determinados temas, como o Marco Civil da Internet (Nicolas, Sampaio, Bragatto & Barros, 2016), seja a partir de movimentos sociais (Prudencio & Batalha, 2009) ou ainda associações (Maia, 2008).

A última dimensão, a da “ação comunicacional”, refere-se à “teoria da ação comunicacional” de Habermas vista como “a negociação discursiva de normas e valores, baseada na intersubjetividade e na competência linguística e cultural” (Dahlgren, 2000, p. 168)¹¹. Assim, Dahlgren observa distinção da ação comunicacional e da ação estratégica –expressamente orientada para atingir um objetivo– uma vez que a ação comunicacional é sobre compreensão mútua e conhecimento compartilhado; e, portanto, a ideia de democracia pode ser associada a esse tipo de comunicação, concebida para ser livre e igualitária.

No entanto, tendo em vista as lógicas econômicas e mercantilistas já observadas acima, a ideia de uma comunicação “livre e igualitária” deve ser

11 “La négociation discursive des normes et des valeurs, fondée sur l’intersubjectivité et la compétence linguistique et culturelle”. Tradução da autora.

relativizada, mesmo se admitamos a possibilidade oferecida pela Internet de múltiplos espaços de comunicação sugere a discussão de questões políticas e, até, a apresentação de novas questões, redefinindo o campo político –característico do próprio espaço público. É o que demonstra o próprio Habermas, em um artigo publicado no jornal *Le Monde* em 2011, quando questiona o papel do jornalismo e da classe política na visibilidade de temas considerados polêmicos, como o fluxo migratório na Alemanha¹². O filósofo salienta que através da mídia (principalmente da imprensa) os discursos dos políticos, dotados de estereótipos sobre imigração muçulmana, encontram uma amplitude inabitual. Dessa maneira, ele conclui que “os estereótipos habituais saíram brusca-mente dos bistrôs para invadir os talk-shows”¹³, uma vez que certos políticos estão “ansiosos para seduzir um eleitorado atraído pela deriva de direita”¹⁴. Habermas critica a perda de “prestígio” do jornalismo e do seu papel histórico de levantar discussões e debates, devido às pressões de responsáveis políticos e experts que investem em estratégias de comunicação, elaborando mensagens direcionadas a determinados públicos. O que se percebe é a submissão de informações públicas à lógica dominante do campo jornalístico.

As três dimensões apontadas por Dahlgren permitem, dessa forma, resituar a noção de espaço público na atualidade: as características da esfera pública contemporânea (surgimento de “espaços sociais parciais”, extensão de espaços de interação e trocas, complexificação da relação entre indivíduos e política) é essencial para entender as mudanças que afetaram a sociedade, o exercício do jornalismo e a produção de informação.

4. CONCLUSÃO

A noção de espaço público é um categoria analítica complexa que mobiliza diferentes tradições históricas, sendo do Iluminismo a maior contribuição para o embasamento da reflexão do filósofo e sociólogo Habermas e Miège, professor emérito em Ciências da Informação e da Comunicação. Revisitando o conceito elaborado por Habermas, Miège sugere a emergência de novas características para essa noção de espaço público, originalmente considerada unificada por Habermas como “espaço público político burgês”.

Para o pesquisador francês, as maneiras de se ativar o espaço público se diversificaram: a esfera pública contemporânea é uma construção relacionada ao surgimento de espaços de discussão plurais –independentes da esfera pública política habermasiana– onde ocorrem críticas sobre questões coletivas. Outros espaços de discussão emergem (os chamados espaços sociais) e contribuem

12 Sobre essa relação entre políticos e mídia, podemos fazer referência também ao trabalho de Jérémie Nolle sobre a crise da “vaca louca” (Nolle, 2014).

13 “Les stéréotypes habituels ont brusquement quitté le comptoir des bistros pour prendre d’assaut les talkshows”. Tradução da autora.

14 “Pressés de séduire un électorat potentiel tenté par la dérive droite”. Tradução da autora.

para promover reflexões sobre questões coletivas e até mesmo sobre as práticas jornalísticas e o papel do jornalismo na sociedade. Da mesma forma, temos cada vez mais práticas individualizadas e midiáticas: a interação entre os cidadãos e o envolvimento em assuntos públicos são elementos-chave do espaço público.

O pesquisador sueco, Dahlgren, prolonga essa reflexão sobre a ampliação do espaço público e propõe 3 dimensões para sua leitura: estrutural (universalidade do acesso à fala), espacial (espaço comunicativo se impõe ao geográfico) e da “ação comunicacional” (compreensão mútua e conhecimento compartilhado). Essas dimensões servem de chave de leitura para compreender as dinâmicas de uma determinada sociedade, suas formas de trocas e compartilhamento de ideais. O espaço público é, portanto, constituído por práticas de informação e comunicação que são moventes e interagem entre si.

Para avançar na reflexão, importante salientar que Miège (2010) indica a emergência de um novo modelo de comunicação a partir dessas novas características do espaço público. O pesquisador francês estabeleceu 4 modelos de comunicação (Miège, 1997) que são relevantes trazer aqui, porque organizam as ações de comunicação desenvolvidas desde o século XVIII até o período atual: imprensa de opinião (surgiu especialmente a partir do século XVIII); imprensa comercial de massa (no final do século XIX), mídias audiovisuais de massa (a partir de meados do século XX); e relações públicas generalizadas (a partir dos anos 1970). Este último modelo, cuja denominação é menos evidente, diz respeito à mobilização por parte do Estado, empresas, organizações políticas e sociais de técnicas de gestão social e de comunicação. Deve-se lembrar que esses modelos coexistem apesar de possuir, no entanto, características particulares. Pelo termo “modelo”, o autor compreende uma representação simplificada de um processo maior que revela as principais tendências de um período temporal específico. Em outras palavras, eles organizam as ações comunicacionais mais proeminentes a longo prazo.

A passagem de um modelo a outro pode ser observada a partir de critérios específicos, como, por exemplo, a relação entre as mídias e os cidadãos; as linhas editoriais na imprensa e nos programas audiovisuais, a relação com o Estado e o modo de organização econômica das mídias. Ao examinar mudanças sociais mais recentes, Miège propõe o surgimento de um quinto modelo que, em estreita relação com os anteriores, ajuda a reforçar certas tendências, como: o aumento do número de atores na produção de mensagens, o entrelaçamento de práticas profissionais e não profissionais na produção de conteúdo e a dimensão societal das ações de comunicação. As mutações que discutimos neste artigo revelam traços importantes que fundamentam um “novo” modelo e a estrutura da esfera pública contemporânea.

Pertinente pontuar que as mudanças recentes relacionadas ao desenvolvimento da Internet se “aceleraram” nos últimos anos, sob a influência de certas técnicas digitais, incluindo as redes sociais digitais (em relação à dominação

das cinco grandes companhias de tecnologia, as chamadas *Big Five*: Facebook, Apple, Microsoft, Google e Amazon), às quais se acrescentam em quase toda a Europa e América Latina uma acentuação importante de conflitos sociais e políticos. Esses dois elementos justificariam uma atualização do pensamento sobre o espaço público.

O artigo se propôs a desenvolver uma reflexão sobre abordagens informacional e comunicacional das modalidades de publicização que influenciam o funcionamento da esfera pública, ou seja, as modalidades de confronto de pontos de vista que passam pelo meios de informação e comunicação. Essa reflexão não pretende, entretanto, defender a ideia de que a mídia é a esfera pública: ao contrário, reconhecemos que ela é apenas mais um ator que atua na ativação da esfera pública contemporânea. Porém, convém reiterar que elas alimentam discussões públicas e dão vida ao espaço público. As mídias contribuem para a remodelação dos modos de troca e compartilhamento de ideias em uma sociedade. Através delas, as deliberações e discussões privadas que ocorrem em espaços íntimos e socializados alimentam o que Miège chama de esfera pública “societal”.

REFERÊNCIAS

- Arendt, H. (1995). *Qu'est-ce que la politique*. Paris: Editions du Seuil.
- Arendt, H. (2011). *Condition de l'homme moderne*. Domont: Calmann-Lévy.
- Chartier, R. (2000). *Les origines culturelles de la Révolution*. Paris: Editions du Seuil.
- Dahlgren, P. (1994). L'espace public et les médias, une nouvelle ère? *Hermès*, 13(14), 243-262.
- Dahlgren, P. (2000). L'espace public et l'internet – structure, espace et communication. *Réseaux*, 100, 157-186.
- Dahlgren, P. (2009). *Media and Political Engagement. Citizens, Communication and Democracy*. Cambridge: University Presse.
- Gomes, W. (2008). Internet e participação política. In Gomes, W., Maia, R. C. M. (Coord.), *Comunicação e democracia* (pp. 293-326). Sao Paulo: Paulus.
- Habermas, J. (2008). *L'espace public*. Paris: Payot.
- Habermas, J. (4 janvier, 2011). L'Europe malade de la xénophobie. *Le Monde*. Disponível em: https://www.lemonde.fr/idees/article/2011/01/04/l-europe-malade-de-la-xenophobie_1460695_3232.html.
- Kant, E. (2006). Réponse à la question: Qu'est-ce que les Lumières? In Kant, E. & Mendelssohn M. (Coord.), *Qu'est-ce que les Lumières*. Paris: Mille et une nuits.

- La Haye, Y. (1984). *Dissonances. Critique de la communication*. Paris: La pensée sauvage.
- La Haye, Y. (2005). *Journalisme, mode d'emploi. Des manières d'écrire l'actualité*. Paris: L'Harmattan.
- Maia, R. C. M. (2008). Redes cívicas e Internet: efeitos democráticos do associativismo. Em Gomes, W. & Maia, R. C. M. (Coord.), *Comunicação e democracia* (pp. 327-348). Sao Paulo: Paulus.
- Marchetti, D. (2005). La fin d'un Monde ? Les transformations du traitement de la politique étrangère dans les chaînes de télévision françaises grand public. In Dans, A. L. & Guionnet C. (Coord.), *Les frontières du politique* (pp. 49-77). Rennes: PUR.
- Mehl, D. (2003). *La bonne parole. Quand les psys plaident dans les médias*. Paris: La Martinière.
- Miege, B. (1997). *La société conquise par la communication. La communication entre l'industrie et l'espace public*. Grenoble: PUG.
- Miege, B. (2010). *L'espace public contemporain*. Grenoble: PUG.
- Neveu, E. (2006). *Sociologia do Jornalismo*. São Paulo: Edições Loyola.
- Neveu, E. (2003). Métier politique: d'une institutionnalisation à une autre. In Lagroye, J. (Coord.), *La politisation* (pp. 103-121). Paris: Belin.
- Nicolas, M. A., Sampaio, R. C., Bragatto, R. C. & Barros, S. (2016). Marco Civil da Internet: as duas fases da consulta on-line do Executivo em perspectiva comparada. In Mendonca, R. F., Sampaio, R. C. & Barros, S. A. R. (Coord.), *Deliberação online no Brasil entre iniciativas de democracia digital e redes sociais de conversação*. Salvador: Edufba.
- Nollet, J. (2014). La production des décisions médiatiques. A propos de la crise de la vache folle en France. *Savoir/Agir*, 28, 39-44.
- Paes, P. & Almeida, G. (2018). Quando a periferia cria sua própria mídia: perspectivas sobre cultura cívica na Internet. In Braighi, A. A., Lessa, C. & Câmara, M. T. (Coord.). *Interfaces do Midiativismo: do conceito à prática* (pp. 319-335). Belo Horizonte: CEFET-MG.
- Primo, A. & Trasel, M. R. (2006). Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias. *Contracampo*, 14, 37-56.
- Prudencio, K. & Batalha, M. (setembro-dezembro, 2009). Mídia ativista e ação política na internet: a experiência do Centro de Mídia Independente. *ECO-Pós*, 12(3), 100-122.

*Contribución: el 100% del trabajo pertenece a la autora.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

IDENTIFICAÇÃO DA AUTORA

Paula de Souza Paes. Doutora e mestre em Ciências da Informação e da Comunicação pela Université de Grenoble Alpes (UGA), França. Professora visitante na Universidade Federal da Paraíba (UFPB), Brasil. Trabalhou sobre a midiática da imigração na França durante mestrado e doutorado analisando a articulação entre as práticas comunicacionais do Estado e as práticas jornalísticas na constituição da “*questão dos imigrantes*” como um *problema*”. A tese intitulada “Communication publique et pratiques journalistiques au prisme des mutations sociales: la question de l’immigration en France (1980-2010)” foi premiada em 2015 pela Escola Doutoral LLSH (Langues, Littératures et Sciences Humaines) da UGA. Atua principalmente nos seguintes temas: práticas jornalísticas, comunicação pública e política, esfera pública, imigração.

REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

Paes, P. (julio-diciembre, 2019). Mídias, estratégias políticas e comunicação nas redefinições das Paes, P. (julio-diciembre, 2019). Mídias, estratégias políticas e comunicacao. Redefinições das características da esfera pública no contexto da midiática. *InMediaciones de la Comunicación*, 14(2), 43-57