

As mudanças do espaço público e suas relações com os *media*¹

Gabriela Maria Farias Falcão de Almeida²

Universidade Nova de Lisboa (UNL), Portugal

RESUMO

Este artigo propõe uma leitura introdutória sobre as mudanças ocorridas no espaço público estudado por Jürgen Habermas. Se, na Antiguidade Clássica ou no século XVIII, ele era composto por pessoas privadas reunidas num público para discutir ideias e visões de mundo, hoje é mediatizado e, com a emergência dos *mass media*, os indivíduos não precisam mais de uma interação física para mostrar suas opiniões. O surgimento da internet como novo *medium* trouxe, com efeito, ainda maiores possibilidades no que diz respeito à comunicação pública. A internet exerce um papel fundamental como espaço de troca de ideias, sobretudo nas secções de comentários às notícias, onde os leitores têm a possibilidade de interagirem entre si, ainda que não seja conforme o ideal habermasiano.

PALAVRAS-CHAVE: espaço público, *media*, opinião pública, internet

Introdução

O espaço público, muito abordado pelo alemão Jürgen Habermas, passou por mudanças ao longo dos séculos que trouxeram sérias conseqüências para a sociedade, sobretudo em um contexto de expansão do capitalismo. Diante disso, a opinião pública que, antes era um instrumento de luta da sociedade civil e, segundo Habermas, fruto das discussões racionais na esfera pública, com o decorrer do tempo passou a ser alvo de manipulações de profissionais que se especializaram em “moldá-la” de acordo com interesses econômicos e políticos.

Mas, apesar das mudanças ocorridas no espaço público, não se pode ser mostrada uma visão cética a respeito das discussões feitas na sociedade. É preciso perceber que, se no século XVIII, época do auge da esfera pública burguesa abordada por Habermas, as discussões eram feitas nos “salons” (na França), “coffee houses” (na Grã-Betanha) e “table societies” (na Alemanha), hoje, elas ainda são realizadas, ainda que sejam em “ambientes virtuais”, como no caso deste trabalho, a secção dos comentários dos leitores. Trata-se da esfera pública contemporânea, dominada pelos

¹ Trabalho apresentado na DT 08 – Jornalismo do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 12 a 14 de maio de 2011.

² É bacharel em Comunicação Social/Hab. em Jornalismo pela Universidade Católica de Pernambuco (Unicap) e mestranda em Ciências da Comunicação (Especialização em Estudo dos Media e do Jornalismo) na Universidade Nova de Lisboa (UNL), em Portugal. Atualmente, encontra-se no último ano da graduação em Ciências Sociais na Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). E-mail: gabyzinhaw@yahoo.com.br.

media, mas ainda assim um espaço onde as pessoas sentem vontade de discutir e expor suas opiniões sobre os assuntos.

Esfera pública

Ao longo de vários séculos, a população pôde vivenciar diferentes modelos de esfera pública. Na Grécia Antiga, no espaço da *Ágora*, as pessoas tinham o direito de discutir livremente questões de preocupação coletiva. Porém, segundo Rodrigues (2001) a essa relação de liberdade correspondiam de uma forma antitética uma dominação sobre os escravos e as mulheres, aos quais não lhe eram dados tal privilégio. Diante disso, o referido autor (1985) observa que Habermas associa o aparecimento do espaço público com a instituição da democracia grega. De acordo com tal idéia, o público constitui a esfera do *koinos* na polis grega, ao mesmo tempo distinta e ligada à esfera do *oikos* que, na visão de Silva (2009, p 72), eram entendidas como relações de propriedade do senhor da casa sobre os escravos, as mulheres e as crianças. A autora acrescenta que, nessa época, a noção de público tinha o pressuposto de que por meio da discussão (*lexis*) e da ação comum (*praxis*) tudo o que existia se tornava público, visível para todos ou, em outras palavras, ganhava publicidade.

Durante o feudalismo, coube ao senhor feudal o papel de representação da ordem coletiva, principalmente perante cerimônias religiosas. A partir do século XV, o soberano passa a exercer essa função de tornar públicas as questões da população. Porém, com a queda da ordem vigente, a burguesia começa a emergir e ter um papel determinante na ordem social. Rodrigues aponta:

À medida que a burguesia assume um papel determinante na organização social, a natureza representativa do poder vai cedendo às modalidades jurídicas de gestão de uma nova modalidade de espaço, a do mercado. É neste novo contexto que emerge a idéia de Estado como entidade organizadora do mercantilismo, que surge a necessidade de tornar público, de dar a conhecer tanto os produtos disponíveis e os seus valores monetários como as regras que regem a sua circulação (RODRIGUES, 2001, p. 38).

Nessa época, o processo acelerado de crescimento urbano acabou por acentuar a necessidade de planificação racional das cidades e do surgimento do Estado dito burguês, que estabeleceu regras de racionalidade e de eficácia através da burocratização de suas funções. Vai-se, cada vez mais, separando a esfera pública que, de acordo com Habermas (1997), é onde há a comunicação de conteúdos, tomadas de posição e de

opiniões, e a esfera privada, composta pelo ambiente familiar e íntimo. O sociólogo alemão acrescenta:

Como contrapeso à autoridade, constitui-se a sociedade civil burguesa. As atividades e relações de dependência que, até então, estavam confinadas ao âmbito da economia doméstica, passam o limiar do orçamento doméstico e surgem à luz da esfera pública (2003a, p. 33).

O autor na mesma obra (*Mudança Estrutural da Esfera Pública*) diz que esse modelo de esfera pública, chamada de burguesa, pode ser entendido como a esfera das pessoas privadas reunidas em um público. Habermas acrescenta (*Ibidem*, p. 74): “A esfera pública burguesa desenvolvida baseia-se na identidade fictícia das pessoas privadas reunidas num público em seus duplos papéis de proprietários e de meros seres humanos”. Os princípios que regem o espaço público são o fato de ser acessível a todos e de argumentação racional.

Assim, a esfera pública funcionando politicamente apareceria pela primeira vez na Inglaterra no século XVIII. Os cafés daquela época eram vistos como focos de agitação política, pois era lá em que o público pensante debatia suas ideias e fazia reivindicações para exercer influência sobre as decisões do poder estatal.

É nos espaços como os de cafés ou salões que os cidadãos discutem livremente questões de âmbito social. Para João Pissarra Esteves (2003, p. 35): “Publicidade e crítica destacam-se, pois, como práticas sociais e simbólicas intrinsecamente associadas ao Espaço Público”. Ao contrário do regime anterior, o feudalismo, passou-se a necessitar da publicidade para que se pudesse tornar público aquilo que era discutido e que levasse a haver uma intermediação entre as necessidades sociais e o Estado. A publicidade, então, vem contrapor a prática do segredo estatal, tão comum no regime feudal e deve servir como uma maneira de impor uma legislação baseada na racionalidade. A soberania deve ser, dessa forma, levada a convergir com a racionalidade.

Na esfera pública burguesa, desenvolve-se uma consciência política que articula, contra a monarquia absoluta, a concepção e a exigência de leis genéricas e abstratas e que, por fim, aprende a se auto-afirmar, ou seja, afirmar a opinião pública como única fonte legítima das leis. No transcurso do século XVIII, a opinião pública já pretenderá ter competência legislativa para aquelas normas que devem a ela mesma o seu conceito polêmico-racionalista (HABERMAS, *Ibidem*, p. 71).

Na referida obra, Habermas afirma que, para Marx, a opinião pública é considerada falsa consciência, escondendo de si mesma o seu verdadeiro caráter de máscara do interesse de classe burguês. Marx justifica que nem todos têm acesso à esfera pública, pois existem as seguintes exigências para que um homem privado seja admitido no espaço público: formação cultural e propriedades. E, nem todos conseguem essas exigências. Porém, ao longo dos textos, Habermas a questão de acesso econômico, pois para ele o princípio de ser aberto a todos já é vital à esfera pública. A análise dele, então, foca-se na função política e crítica do espaço público.

É a partir do debate, argumentação e racionalidade que, no século XVIII, constituía-se a opinião pública na Inglaterra e França. Ela funciona como uma fonte legítima de leis no Estado de Direito Burguês. As pessoas se reuniam inicialmente para discutir questões literárias, sobre o que liam nos romances, e depois passaram a debater assuntos políticos. Trata-se de uma maneira de intermediar, por meio da opinião pública, o Estado e as necessidades da população.

[...] os cafés em seu período áureo de 1860 a 1730, os salões no período entre a Regência e a Revolução. Tanto cá quanto lá, são centros de uma crítica inicialmente literária e, depois, também política, na qual começa a se efetivar uma espécie de paridade entre os homens da sociedade aristocrática e da intelectualidade burguesa (HABERMAS, *Ibidem*, p. 48).

Fundamental na visão de Habermas, a opinião pública seria construída através do debate racional da argumentação e contra-argumentação dos participantes da esfera pública. No entanto, o formato que ela apresenta hoje é bem diferente dos séculos passados. O que se vê frequentemente é o referido termo ser associado à vontade geral da população, sobretudo em períodos eleitorais em que é muito importante saber as preferências dos eleitores. Em discordância à tradição intelectual habermasiana, Pierre Bourdieu realiza duras críticas a tal formato. No texto intitulado “A opinião pública não existe”, o autor argumenta que as pesquisas de opinião pressupõem que existe um consenso sobre os problemas ou um acordo a respeito das perguntas feitas. Segundo ele (2003, p. 235), a “opinião pública” estampada nos jornais em termos de porcentagem (Segundo pesquisa, Fulano tem 60% dos votos) é um artefato político “[...] cuja função é dissimular que o estado da opinião num certo momento é um sistema de forças, de tensões, e que não existe nada mais inadequado para representar o estado da opinião do que uma porcentagem”. Em relação a isso, Gomes (2000) argumenta que os indivíduos

são contados demograficamente e constituídos como “opinião pública”. Lippmann, em sua clássica obra de 1922, “Public Opinion” (Opinião Pública), já mostrou uma visão crítica em relação às pesquisas de opinião, argumentando que elas tendem a generalizar estatisticamente os pontos de vista. Os pensadores compartilham da linha da visão de Lippmann que, defende que as pesquisas de opinião tendem a generalizar estatisticamente os pontos de vistas.

No contexto de debate e formação da opinião da opinião pública, o jornalismo, então, exerce a função fundamental da publicidade, entendida como uma forma racional de tornar públicas as questões sociais e, principalmente, de trazer à tona críticas políticas, por exemplo. Nas palavras de Habermas (*Ibidem*, p. 130): “Cada um está convocado para ser um ‘publicador’ que fala ‘através de textos ao público propriamente dito, ou seja, ao mundo’”. Na verdade, os jornais, naquela época, eram instrumentos fundamentais para o público pensante não só tomar conhecimento dos fatos, como também interferir na realidade e expor ali seus pontos de vista.

Os artigos de jornais não só são transformados pelo público dos cafés em objetos de suas discussões, mas também entendidos como parte integrante deles, isto se mostra no dilúvio de cartas, das quais os editores semanalmente publicavam uma seleção (HABERMAS, *Ibidem*, p. 59)

Os iluministas Kant e Hegel apresentam ideias distintas em relação à publicidade. Segundo Kant:

Diante do tribunal da esfera privada, todas as ações políticas devem poder ser remetidas às leis que as fundamentam e que, por sua vez, estão comprovadas perante a opinião pública como leis universais e racionais (Habermas, *Ibidem*, p. 132).

Ainda de acordo com o referido pensador, essa soberania das leis só é conseguida por meio da publicidade. Para ele (*Ibidem*, p. 140): “[...] a publicidade deve mediatizar política e moral num sentido específico: nela deve efetuar-se uma unificação inteligível dos objetivos empíricos de todos, legalidade deve decorrer de moralidade”.

Já Hegel mostra um extremo ceticismo em relação a racionalidade tão falada quando se aborda a esfera pública. É o que explica Habermas:

Hegel desativa a concepção de esfera pública burguesa porque a sociedade, anárquica e antagonica, não representa a esfera, emancipada de dominação e neutralizada quanto ao poder, do

intercâmbio de pessoas privadas autônomas, capaz de converter autoridade política em autoridade racional. Mesmo a sociedade civil não pode prescindir da dominação; sim, proporcionalmente à sua tendência natural à desorganização, ela exatamente precisa de integração através do poder político (*Ibidem*, p. 147).

A esfera pública passa a ser o espaço onde as pessoas privadas saem da intimidade dos seus lares, dos seus quartos de dormir, para incorporar a publicidade dos salões e debater suas idéias. Assim, as duas esferas (a pública e a privada) se mostram extremamente ligadas. O cenário em que o século XVIII acaba por se tornar, além das discussões o século em que era predominante o envio de cartas, em que é possível perceber o desenvolvimento da subjetividade que antes não era explorada. Além disso, a leitura dos romances acabou por se tornar hábito das camadas burguesas.

Na esfera pública, as manifestações são escolhidas de acordo com temas e tomadas de posição pró ou contra; as informações e argumentos são elaborados na forma de opiniões focalizadas. Tais opiniões enfeixadas são transformadas em opinião pública através do modo como surgem e através do amplo assentimento de que “gozam” (HABERMAS, 2003b, p. 93-94).

Porém, Habermas em sua clássica obra “The structural transformation of the public sphere: an inquiry into a category of bourgeois society” (“Mudança estrutural da esfera pública”) acentua uma visão pessimista da esfera pública ao mostrar que nos cem anos que sucedem o período áureo do jornalismo, o século XIX acaba por assistir a uma dissolução da relação entre esfera pública e esfera privada, o que constitui uma decomposição dos contornos da esfera pública burguesa. A partir de então, as pessoas privadas não se reúnem mais no público para regularem questões de seus interesses. Ocorre, na verdade, uma espécie de “refeudalização” da esfera pública, isto é, relações anteriores ao Estado interferindo na esfera íntima voltam a surgir.

Como um dos fatores de mudança, Habermas (2003a) chama atenção para o fato de que a família acabou por ser “desprivatizada”, pois algumas de suas funções, como a educação, passaram a pertencer à escola. Isso acarretou em um esvaziamento da esfera familiar íntima e que teve como conseqüência o enfraquecimento do salão burguês no século XVIII e a diminuição dos espaços de discussão e racionalidade.

Este secreto esvaziamento da esfera familiar íntima encontra a sua expressão arquitetônica na construção de casas e de cidades. O isolamento da casa privada – possibilitado para fora, através de jardins e cercas; para dentro, através da individualização e divisão múltipla dos espaços – está hoje tão rompido quanto, inversamente, com o desaparecimento do salão, das salas de recepção de um modo geral,

está ameaçada a sua abertura para o intercâmbio social de uma esfera pública (HABERMAS, 2003a/1961, p. 186-187).

Assim, é como se não houvesse mais essa esfera íntima, mas sim uma aparência dela. As pessoas, agora, isoladas nas casas e, principalmente, nos quartos, não mais discutem sobre suas idéias ou a respeito do que têm lido, mas se entregam ao isolamento, à luta pela sobrevivência diária. Habermas acrescenta que o momento do lazer é mais uma “publicidade sob holofotes” do que um momento de intimidade.

Frente ao contexto de fortalecimento do capitalismo e de desintegração de tais esferas, nos anos 30 do século XIX, na França e Inglaterra, a “imprensa politizante” acaba por se tornar em “comercializada”. O jornal passou a ser visto como um empreendimento capitalista. Isso aconteceu, principalmente, por conta da mudança do sentido de publicidade que, a partir de então, passou a ser entendida não mais como uma forma de críticas, mas sim no significado comercial, de vender produtos. A colocação de anúncios nos jornais fez com que tais veículos passassem a ser regidos por uma lógica do mercado e a perder as funções iniciais críticas do jornalismo. O jornalismo crítico acaba por ser substituído por um jornalismo manipulativo. Habermas sintetiza:

Desde que a venda da parte redacional está em correlação com a venda da parte dos anúncios, a imprensa, que até então fora instituição de pessoas privadas enquanto público, torna-se instituição de determinados membros do público enquanto pessoas privadas – ou seja, pórtico de entrada de privilegiados interesses privados na esfera pública (*Ibidem*, p. 217-218).

O debate público passa, então, a ser regido pela imprensa. Além disso, a publicidade acaba por se intrometer no processo da opinião pública a partir do momento em que planeja a produção de novidades ou quando se aproveita de determinados momentos estratégicos para chamar atenção das pessoas e vender os produtos. Isso é o que o autor em questão chama de “opinião pública encenada”. Segundo o sociólogo alemão (*Ibidem*, p. 254): “Ao invés de uma opinião pública, o que se configura na esfera pública manipulada é uma atmosfera pronta para a aclamação, é um clima de opinião”. A tarefa central da publicidade passa a ser, então, uma espécie de “fábrica do consenso”, com argumentos pervertidos em símbolos, aos quais não se pode responder com argumentos, mas apenas com identificações.

Mudança estrutural na esfera pública

O público, forma de sociabilidade marcada pelo debate racional e questionamentos, antes pensava a cultura e, com a mudança estrutural na esfera pública, passou para ao que consome cultura. É o que explica Adriano Rodrigues:

A publicidade torna-se assim numa pura estratégia de inculcação de produtos de todo o género, tanto de objectos como de mensagens, com a conseqüente transformação do cidadão de produtor da opinião pública em consumidor de mensagens que se apresentam como reflexos dessa opinião, e com a inscrição de todas as dimensões da vida social com as marcas da lei do mercado (RODRIGUES, 1985, p. 5).

O cenário acaba por ser constituído por um público formado por minorias de especialistas que não debatem publicamente e uma grande massa de consumidores. A forma de sociabilidade dos públicos acaba, então, por dar lugar a das massas. De acordo com Esteves:

Públicos e Massa podem, assim, ser perfilados segundo o contraste das formas de sociabilidade respectivas: do lado dos primeiros, uma base de associação e um funcionamento essencialmente igualitários, que é a fonte da sua força autónoma, do lado da massa, domina a elitização e o centralismo (ao nível do seu funcionamento, processos de direcção e decisão), um grau de consciência frágil dos seus membros e uma “força própria” que depende sobretudo da capacidade de gerir criteriosamente relações de poder (2003, p. 43).

Na massa, predominam, então, os estados de espírito de indiferença e de amorfismo, reinando o isolamento e o anonimato. Assim, acaba por se gerar a ideia de que o momento de se formar opinião pública se restringe a um carácter plebiscitário, através das eleições, por exemplo. Segundo Habermas (*Ibidem*, p. 221), antigamente cabia à imprensa apenas intermediar e reforçar o raciocínio dos indivíduos privados reunidos num público e, agora, este passa a ser cunhado por meio dos *mass media*.

É fundamental, então, perceber a importância dos *media* enquanto elementos estruturadores desse espaço público moderno para que se possa entender não só os seus discursos, mas principalmente, a forma como lida, com as demais áreas sociais. Os *media* e as novas tecnologias da comunicação acabaram por afetar a constituição dos novos espaços económicos, socioculturais e políticos da sociedade. Porém, isso não é suficiente para se ter uma visão negativa dos meios de comunicação e nem acusá-los de “homicidas da esfera pública”. Sobre isso, João Pissarra Esteves argumenta que:

Os media são hoje, indiscutivelmente, um dos factores mais poderosos de transformação das estruturas do Espaço Público. A sua acção

imprime não só uma crescente diferenciação e complexidade a essas estruturas (ao nível das audiências, por exemplo), mas pode inclusive, de forma mais profunda, pôr mesmo em causa a autonomia do próprio Espaço Público enquanto tal (2003, p. 56).

Habermas foi muito criticado por uma posição de certa forma radical em relação ao espaço público produzido pelos media. Na obra “Mudança estrutural da esfera pública”, o alemão sinaliza para um possível fim do espaço público. Porém, segundo Linhares (2006, p. 160), é preciso observar que o processo de construção da esfera pública não atingiu o todo na sociedade moderna, pois, assim como aconteceu na Antiguidade Clássica ou na Idade Média, os espaços de discussão onde foram construídas discussões racionais não foram abertos a todos. No entanto, é óbvio que muitos estudiosos devem se fazer o seguinte questionamento: “Estamos diante de uma crise do espaço público ou de uma importante mudança?”. A resposta, certamente, pode ser mesmo positiva para as duas perguntas, pois uma mudança pode levar inevitavelmente a uma crise ou o contrário. Então, o processo pelo qual passou o espaço público no século XIX pode significar para Habermas uma crise, mas para outros estudiosos uma mudança normal.

No entanto, o alemão acaba por admitir que o espaço público e os debates nele continuam a existir, ainda que num contexto diferenciado. Diz ele (HABERMAS, 2003b, p. 93): “[...] a generalização do contexto, a inclusão, o anonimato crescente, etc., exigem um grau maior de explicação e renúncia a linguagens de especialistas ou a códigos especiais”. Tal idéia pode ser aplicada aos comentários dos leitores na internet, espaço em que não é preciso ser especialista no assunto para poder opinar sobre ele. E isso não diminui a importância da esfera pública e nem modifica o seu objetivo inicial de debate racional, pois mesmo que se vejam frases que lembrem mais a irracionalidade, só o fato de uma pessoa ler e comentar sobre a temática ali abordada já indica um exercício de reflexão sobre o que se leu. Além disso, trata-se de um espaço de luta por influência: as pessoas o frequentam para, de certa forma, ganhar adeptos para as suas opiniões.

Habermas (2003b, p. 107) também faz uma releitura em relação ao que havia escrito anteriormente, fazendo uma análise não-simplista e mostrando que em sociedades complexas o espaço público forma uma estrutura intermediária que faz a mediação entre o sistema político, de um lado, e os setores privados do mundo da vida e sistemas de ação especializados em termos de funções, de outro. Assim, ela se ramifica em esferas especializadas (do movimento feminista, literárias, dentre outras) e se

diferencia por níveis de acordo com a densidade da comunicação, da complexidade organizacional e do alcance, formando três tipos de esferas públicas: a esfera pública *episódica* (bares, cafés, encontros de rua), esfera pública da *presença organizada* (reuniões de partidos ou público que frequenta o teatro,) e esfera pública *abstrata*, que é a produzida pela mídia (leitores, ouvintes espalhados pelo mundo). Mesmo com essas diferenciações, existem as esperas públicas parciais, que permitem uma ligação entre elas.

É nesse contexto que Habermas mostra que mesmo na esfera pública mediatizada é possível que a sociedade civil tenha, em certas circunstâncias, opiniões públicas próprias, capazes de influenciar o complexo parlamentar de uma maneira que obrigue o sistema político a modificar o rumo do poder oficial. É nesse caso em que se encaixam os movimentos sociais:

Movimentos sociais, iniciativas de sujeitos privados e de foros civis, uniões políticas e outras associações, numa palavra, os agrupamentos da sociedade civil, são sensíveis aos problemas, porém os sinais que emitem e os impulsos que fornecem são, em geral, muito fracos para despertar a curto prazo processos de aprendizagem no sistema político ou para reorientar processos de decisão (HABERMAS, 2003b, p. 106-107).

Frente a isso, é possível falar sobre um dos mais importantes movimentos sociais da América Latina, o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra (MST), que se insere nessa parcela da sociedade civil por se tratar de um movimento social e que, a longo prazo, provocou muitas chamou atenção para o problema da concentração fundiária no Brasil. De acordo com o autor:

Basta tornar plausível que os *atores da sociedade civil*, até agora negligenciados, *podem* assumir um papel surpreendentemente ativo e pleno de conseqüências, quando tomam consciência da situação de crise. Com efeito, apesar da diminuta complexidade organizacional, da fraca capacidade de ação e das desvantagens estruturais, eles têm a chance de *inverter* a direção do fluxo convencional da comunicação na esfera pública e no sistema político, transformando destarte o modo de solucionar problemas de todo o sistema político (HABERMAS, 2003b, p. 115).

Mas, ainda assim, Habermas mostra que a população pode interferir nas questões políticas. Segundo a idéia do autor, a partir do momento em que acontece uma mobilização e a esfera pública sai da situação de “repouso”, as estruturas sobre as quais se apóia a autoridade de um público que toma posição começam a vibrar. Nesse

momento, as relações de forças entre a sociedade civil e o sistema político podem sofrer mudanças.

Ainda sobre os movimentos sociais, Habermas diz que eles têm condições de encenar e de dramatizar as contribuições, de forma que os meios de comunicação acabem por se interessar pelos problemas, afinal, muitos acontecimentos precisam passar pela esfera mediática para ter existência social. No caso do MST, as ocupações de terras ditas improdutivas e marchas quilométricas com milhares de pessoas constituem formas de protestar e chamar a atenção dos media para o problema da concentração de terras nas mãos de poucas pessoas no país, numa tentativa de a população perceber uma possível necessidade de reforma agrária e de apoiá-la.

Ao contrário do que Habermas preconizava na obra “Mudança estrutural...” em relação à possibilidade de participação de todos, o estudioso brasileiro Arnaldo Nunes Linhares afirma:

A possibilidade de participação esteve vetada não somente àqueles que não fazem parte do processo de produção econômica, mas também aos que não dominam códigos mínimos da racionalidade ocidental. Ao lado da estrutura de classe, permanecem o conhecimento, o domínio das letras, leis e códigos sociais (LINHARES, 2006, p. 160).

Linhares (2006) diz que o espaço público se constrói no cotidiano e se concretiza no ato comunicativo, dinâmico e mutável, que depende das interações e mediações possíveis de serem produzidas pelos indivíduos. Entre essas mediações estão as que são estabelecidas pelas novas tecnologias da comunicação, por exemplo, a internet. O pensador acrescenta:

Pensar um espaço público – ou vários – exige, portanto, compreender essas mediações. Qual o papel dos *media* como chance de publicização de idéias e constituição de uma nova racionalidade comunicativa, num mundo dominado pela tecnologia? Que papel tem o cidadão/receptor na construção de um novo(s) espaço(s)? (LINHARES, 2006, p. 162).

Os indivíduos pertencentes a esse novo espaço público proporcionado pela internet, regulado pelos media, deparam-se com as diversidades de gênero e etnia por exemplo. Os meios de comunicação proporcionaram a troca de experiências e de culturas espalhadas pelo mundo inteiro. Linhares coloca o questionamento de que se a internet constitui o espaço público e ele mesmo responde dizendo que há uma nova sociedade em construção e com ela um novo espaço público se construindo num processo de argumentação racional. De acordo com a perspectiva do estudioso (2006, p.

170): “A internet coloca-se como um espaço que pressupõe uma subjetividade intersubjetivamente estabelecida, é processual e se põe em permanente tematização e questionamento. É, portanto, um espaço público”. Trata-se, segundo o autor, de um espaço que exige a necessidade de uma postura perante a diferença, a diversidade e a pluralidade.

Porém, é preciso ressaltar que a noção de debate de idéias existente na internet, ainda que não seja o ideal de esfera pública burguesa, possibilita a expansão social da racionalidade. Muitas pessoas usam os ciberespaços para compartilhar experiências, argumentar sobre certos assuntos e para interagir com outras.

Numa sociedade plural e profundamente diversificada, a internet é um espaço onde o outro pode se constituir. Há sempre um nicho, um “domínio” a ser conquistado. Mesmo que esse espaço ainda não seja plenamente utilizado por todos (democraticamente), não deixa de representar um espaço político e um espaço público, fruto de uma nova racionalidade comunicativa, formado a partir das relações cotidianas – mesmo virtuais -, mas que nos possibilita pensar numa concepção global de racionalidade que fundamenta uma moral universal igualitária, diferente daquela com que se está acostumado a sonhar (LINHARES, 2006, p. 175-176).

A principal característica desse espaço público protagonizado pela internet é a chance de as pessoas poderem interagir umas com as outras, mesmo que estejam fisicamente separados a milhares de quilômetros, construindo diálogos entre centenas e milhares de indivíduos espalhados pelo mundo inteiro. Dessa forma, é superada a imagem de “emissor-receptor”, pois na nova esfera, a princípio, existe a possibilidade de qualquer pessoa publicar suas idéias ou falar sobre acontecimentos da atualidade.

Considerações finais

A discussão sobre as mudanças na esfera pública nos últimos séculos é fundamental para se entender o contexto de hoje em dia de uma sociedade massificada, que se mostra em parte passiva e amorfa em relação aos conteúdos transmitidos pelos meios de comunicação de massa.

No século XVIII, a imprensa desempenhou um papel fundamental na condução do debate público. Foi através dela que as decisões e as discussões públicas emergiam e as pessoas tomavam conhecimento de um modo geral. A publicidade, nessa altura, tinha a crítica como característica central. Nenhuma decisão era mais tomada a portas fechadas, como no feudalismo e, tudo o que dizia respeito à população era tornado público por meio da publicidade.

De acordo com Esteves (2003, p. 29), a função política do espaço público “[...] consiste num controlo do poder e numa exigência de legitimidade que se forma a partir dos anseios, expectativas, necessidades e da vontade dos próprios indivíduos”. Para ele, publicidade e crítica são dois elementos fundamentais do funcionamento da política.

É possível utilizar as características do espaço público burguês do século XVIII, abordado por Habermas, para se analisar o espaço público hoje, sobretudo num contexto de predominância das massas em relação aos públicos. Segundo João Pissarra Esteves:

À medida que o funcionamento das instâncias do Público fica mais dependente dos media e, ao mesmo tempo, estes se organizam em torno de interesses particulares, a comunicação pública tende a perder o seu carácter livre e autónomo, exprime cada vez mais imperfeitamente a dinâmica da sociedade civil e adquire características técnico-instrumentais acentuadas (*Ibidem*, p. 45).

A internet ocupa, nesse contexto, um papel fundamental nas discussões, pois é através dela que muitas pessoas separadas fisicamente trocam idéias. Ela cumpre o papel, a princípio, de ser possibilitar um alargamento ilimitado do espaço público (qualquer indivíduo, a princípio, pode emitir suas opiniões) e a livre discussão de temas. Ainda que as discussões na rede mundial de computadores sejam marcadas por expressões de cunho predominantemente emocionais ou, mesmo irracionais, é preciso admitir que se tratam de espaços de debate público e construção social da realidade, mesmo que virtualmente.

O presente trabalho, então, trabalha de uma maneira introdutória, sobretudo, os conceitos abordados por Jürgen Habermas. E, como tal, é proposto para próximos estudos o aprofundamento do conceito de esfera pública, principalmente, através novos media, a internet para se poder compreender como é construída a comunicação fisicamente separada.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre. **Questões de Sociologia**. Lisboa: Fim de Século, 1983.

ESTEVES, João Pissarra. **Espaço público e democracia: comunicação, processo de sentido e identidade social**. Rio Grande do Sul: Unisinos, 2003.

GOMES, Wilson. **Opinião pública política hoje: uma investigação preliminar**. IX Encontro Anual da Compôs: 2000.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003a[1961].

_____. **Direito e democracia: entre facticidade e validade. Volume II.** Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003b.

LINHARES, Ronaldo Nunes. Internet e ação comunicativa como elementos do espaço público sob uma perspectiva habermasiana: crise e transição. In: SOUSA, Mauro Wilton de (org.). **Recepção mediática e espaço público: novos olhares.** São Paulo: Paulinas, 2006.

LIPPMANN, Walter. **Opinião Pública.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2008[1922].

MILLS, C. Wright. **A elite do poder.** Rio de Janeiro: Zahar, 1981 (orig. 1956).

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Estratégias da Comunicação.** 3 ed. Lisboa: Presença, 2001.

SILVA, Marisa Torres da. **As cartas dos leitores na imprensa portuguesa: uma forma de comunicação e debate do público.** Universidade Nova de Lisboa, 2009. Tese apresentada para conclusão do doutoramento em Ciências da Comunicação

_____. **O Público e o Privado.** Portugal, 1985. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/rodrigues-adriano-publico-privado.pdf>>. Acesso em: 04 fev. 2011.