



## Comunicação na Esfera Pública Cidadã – da *àgora grega* à virtual<sup>1</sup>

Quézia Alcântara<sup>2</sup>

Tiago Mainieri<sup>3</sup>

Universidade Federal de Goiás

### Resumo

Este artigo tem por objetivo discutir a possibilidade de contribuição da Comunicação Pública à cidadania na sociedade contemporânea. Fundamentado na revisão bibliográfica da Comunicação Pública, são apresentadas, inicialmente, as principais abordagens teóricas acerca desta área de estudo. Em seguida, percorre-se o conceito de esfera pública desde Arendt, passando pela esfera pública burguesa de Habermas e pela esfera midiática descrita por Thompson, até a esfera pública virtual de Lévy e Lemos e de Castells.

### Palavras-chave

Comunicação Pública, esfera pública, internet e cidadania

### Um breve panorama da Comunicação Pública e suas múltiplas abordagens

O campo de estudos da Comunicação Pública vem se construindo em uma trajetória dinâmica como o próprio campo das Ciências Sociais ao qual pertence. O surgimento das novas tecnologias digitais e em rede mudou o processo e o fazer da Comunicação Pública. Este artigo pretende fazer uma revisão bibliográfica sobre o tema a partir da comunicação cidadã na esfera pública, numa trajetória que vai desde a *àgora grega*, passa pela esfera pública habermesiana, pela esfera pública midiática até chegar à nova *àgora* virtual, caracterizada pela internet e pelas redes sociais digitais on-line.

O conceito de Comunicação Pública (CP) apresenta múltiplas vertentes. Autores como o francês Pierre Zémor<sup>4</sup> concebem a CP como sinônimo de comunicação

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 7– Comunicação, Espaço e Cidadania do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 8 a 10 de maio de 2014.

<sup>2</sup> Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da Universidade Federal de Goiás -PPGCOM /FIC /UFG, graduada em Com.Social-Jornalismo pela UFG. E-mail: quezia.alcantara@hotmail.com

<sup>3</sup> Co-autor e Orientador. Doutor em Ciências da Comunicação pela ECA/USP, com doutorado sanduíche na Universidade da Flórida (EUA). Atualmente é professor e pesquisador dos cursos de graduação e de pós-graduação em Comunicação (mestrado e especialização) da FIC/UFG. Líder do grupo de pesquisa e estudos da “Comunicação em contextos organizacionais” – CNPq/UFG. Membro sócio da Abrapcorp e da Intercom. Pesquisador do Laboratório de Leitura Crítica da Mídia – FIC/UFG. E-mail: tiagomainieri@gmail.com



governamental ou institucional. Para Zémor (1995, p.1), Comunicação Pública “é a comunicação formal que diz respeito à troca e a partilha de informações de utilidade pública, assim como à manutenção do liame social cuja responsabilidade é incumbência das instituições públicas”. Apesar das distintas abordagens, Brandão afirma que:

[...] dentre os múltiplos significados da expressão comunicação pública, é possível encontrar um ponto comum de entendimento que é aquele que diz respeito a um processo comunicativo que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para a construção da cidadania.(BRANDÃO, 2009, p.9)

Brandão (2009, p.9) destaca que no Brasil essa tem sido a tendência dos estudos acadêmicos, mas o termo também passou a ser utilizado em substituição a outros tais como “comunicação governamental, comunicação política, publicidade governamental ou propaganda política” e isto ocorreu com o intuito de “legitimação de um processo comunicativo de responsabilidade do Estado que não se quer ser confundido com a comunicação que se fez em outros momentos da história política do país”.

O que se pensou em evitar é a associação da Comunicação Pública com o Marketing político:

A Comunicação Pública encontra-se no domínio do que é público, exposto, colocado à luz, “visto e ouvido”, conforme conceitua Hannah Arendt (2007, p.57). Já a Comunicação Política que é praticada atualmente seria aquela própria do marketing político (Zémor, 1995, p,3) ou seja, aquela do domínio privado, no sentido de pertencer atualmente ao âmbito do que é particular, à esfera dos negócios. Esta seria um tipo distorcido de Comunicação Política que no nosso país está a serviço do favorecimento pessoal ou de lobbies e que privilegia o agente político em detrimento da verdadeira política exercida, por exemplo, na polis grega. (ALCANTARA; MAINIERI, 2013, p.9)

Heloiza Matos (2006, p.71) discutiu o assunto apontando que somente com o aprofundamento dos estudos em Comunicação Política se poderia estabelecer uma fronteira entre as duas áreas.

O estudo indica que a Comunicação Política vai além da comunicação governamental, comunicação eleitoral ou marketing político. Por outro lado, a Comunicação Pública se articula com a Comunicação Política na esfera pública, como local de interação social de todos os agentes e interesses

---

<sup>4</sup>Pierre Zémor é uma das principais referências nos estudos desta área no Brasil, a partir da tradução realizada pela professora Elizabeth Brandão de um texto clássico do autor.



envolvidos... A questão é saber, nesta esfera de relações, o que se busca e o que é obtido: o poder está sempre em jogo, mas só os temas e interesses comuns dizem respeito à Comunicação Pública.(MATOS, 2006, p.72)

Não importa a nomenclatura dada, seja de Comunicação governamental, institucional, política, o fato é que estudiosos da área são unânimes em afirmar que tais processos não são de Comunicação Pública. Conforme Matos (2009, p.53) “o interesse geral e a utilidade pública das informações que circulam na esfera pública são pressupostos da comunicação pública”. Ou ainda, segundo Duarte (2009, p.61) “praticar comunicação pública implica assumir espírito público e privilegiar o interesse coletivo em detrimento de perspectivas pessoais e corporativas”.

Em outro viés Wilson Bueno (2009, p.136) afirma que “a comunicação de interesse público busca abranger as ações e atividades que têm como endereço a sociedade, independentemente de sua origem (pública ou privada)”. Ou seja, para ele empresas e organizações privadas devem também praticar a Comunicação Pública no sentido de prática de responsabilidade e compromisso social para com a sociedade, o consumidor e/ou cidadão. No entanto, afirma Bueno (2009, p.134) diversas organizações estão se utilizando dessa prática de forma instrumental e com vistas à garantir “a sustentabilidade dos negócios”. Ele é categórico ao dizer que “a comunicação de interesse público, assim como o conceito de responsabilidade social, não podem resumir-se a ações isoladas porque se corre o risco de se confundir com práticas meramente comerciais” (Bueno, 2009, p.139).

A comunicação pública ou de interesse público que devemos defender e praticar passa longe das ações oportunistas de governantes sem espírito cívico e de empresas inescrupulosas que sobrepõem sua ambição pessoal e seus lucros às demandas reais da população.(BUENO, 2009, p.150)

O autor critica a comunicação oportunista praticada por organizações em nome do interesse público e destaca (2009, p.150) que a Comunicação Pública “deve ser respaldada na experiência exitosa da comunicação popular, da comunicação empreendida por inúmeros movimentos sociais no Brasil, na América Latina”.

Corroboram tal definição as autoras Raquel Paiva e Cicília Peruzzo que definem o processo comunicacional da sociedade civil, representada pelas organizações do Terceiro Setor, como comunicação comunitária ou alternativa. Nos estudos da



Comunicação Pública, a comunicação comunitária constitui-se em uma das dimensões da CP.

Peruzzo (2009, p.68) observa que a comunicação comunitária é própria dos “movimentos sociais [...] não restrita a movimentos populares específicos, mas englobando aquelas manifestações de organizações correlatas ou de outros atores coletivos”.

[...] esse tipo de comunicação tem em comum – de forma institucionalizada ou não – o interesse de ampliar o respeito aos direitos humanos e o estabelecimento de uma justiça social [...] Diferentes atores e modos de produção da comunicação, em lugares diversos, realizam atividades visando o bem comum, e assim, vão se complementando como agentes de transformação, mesmo que não haja articulação funcional. (PERUZZO, 2009, p.70)

A autora reconhece que a comunicação sempre fez parte dos processos de mobilização dos movimentos sociais, os quais se adequavam aos recursos que tinham para se comunicar.

No Brasil, eles sempre usaram meios próprios de comunicação, até pelo cerceamento à sua liberdade de expressão por meio da grande mídia. Do panfleto ao jornalzinho e dele ao blog e ao website na internet, do megafone ao alto-falante e dele à rádio comunitária, do slide ao vídeo e dele à TV livre e ao Canal Comunitário da televisão a cabo, todos são evidências do exercício concreto do direito à comunicação como mecanismo facilitador das lutas pela conquista de direitos de cidadania. (PERUZZO, 2009, p.59)

Já Raquel Paiva, pesquisadora do Lecc-Laboratório de Estudos em Comunicação Comunitária da Escola de Comunicação da UFRJ, descreve uma série de iniciativas na área da comunicação alternativa ou popular, já consolidadas na cidade do Rio de Janeiro e que podem ser tomadas como experiências de Comunicação Pública, tais como:

[...] mídias cidadãs, comunicação comunitária, veículos de comunicação socialmente responsáveis, materiais de divulgação de conteúdos de educação para a cidadania, campanhas de conscientização de jovens, eventos de integração pela cultura, entre outros aspectos. Nesse cenário, emergem, principalmente, iniciativas oriundas dos movimentos populares organizados, que expressam as manifestações culturais das periferias do sistema, especialmente as favelas. (PAIVA, 2008, p.10)

O objetivo do Lecc, segundo Paiva (2008, p.11), é “propor alternativas para espetacularização, para os excessos da midiaticização”, uma vez que a grande mídia tende



a ocultar o que é realizado na periferia das cidades priorizando os conteúdos com apelo comercial. Ela defende ações de comunicação comunitária:

[...] para uma aplicabilidade social na qual a comunicação continue a ter papel determinante, mas não destinado apenas a tender aos interesses econômicos e financeiros, e sim ao aprimoramento do indivíduo, das relações sociais e das inerentes preocupações territoriais. (PAIVA, 2008, p.11)

O viés da comunicação comunitária e/ou alternativa, tomados enquanto Comunicação Pública, na visão de Raquel Paiva e Cicília Peruzzo referem-se aos processos que ocorrem na sociedade civil de posse do direito de comunicar, de mobilizar atores coletivos a fim de garantirem sua cidadania, fazendo contraponto à uma cultura, à um discurso e um “quefazer” imposto pelos meios de comunicação que se torna pensamento hegemônico e naturalizado. Daí a validade de se ter uma estrutura de comunicação a serviço da cidadania nas organizações de movimentos sociais, conforme Mendonça afirma:

É a partir do conhecimento das estratégias hegemônicas de designar a cada um o seu lugar no mundo, com a naturalização das vicissitudes e opressões a que são cotidianamente submetidos indivíduos e grupos subalternos, que se pode contestar valores e hierarquias, elaborar meios de resistência e de transformação. Por outro lado, é necessário que também se identifiquem as condições que propiciam o surgimento e a apropriação de novos lugares de enunciação. (MENDONÇA, 2009, p.39)

Dentro de um processo de Comunicação Pública, com viés comunitário, poderiam os movimentos sociais, cada vez mais, se apropriarem dos recursos das novas tecnologias, especialmente os disponíveis na internet, inclusive com plataformas gratuitas, a fim de mudarem o local de enunciação dos conteúdos. Afirma Mendonça (2009, p.49) que tal procedimento, “é possibilidade de auto-representação, de retratar-se em seus próprios termos que, em princípio, garante a mudança do lugar social da enunciação”. E este local é o espaço público da cidadania defendido por Zémor (1995, p.10) e por outros estudiosos da Comunicação Pública. Jorge Duarte (2009, p.61), por exemplo, afirma que a “comunicação Pública coloca a centralidade do processo de comunicação no cidadão, não apenas por meio da garantia do direito à informação e à expressão, mas também do diálogo”. E mais, ele diz que isso ocorre com o “estímulo à participação ativa, racional e corresponsável”.



É um bem e um direito de natureza coletiva, envolvendo tudo o que diga respeito a aparato estatal, ações governamentais, partidos políticos, movimentos sociais, empresas públicas, terceiro setor e, até mesmo, em certas circunstâncias, às empresas privadas. (JORGE DUARTE, 2009, p.61)

Márcia Duarte completa que tanto comunicação pública como cidadania estão vinculados ao processo de participação política, que nos dias atuais, ocorre por meio das novas mídias on-line.

O desenvolvimento cada vez mais célere dos meios de comunicação (novas tecnologias e a revolução digital) influencia na remodelação da esfera política, seja transformando os padrões do discurso político, as relações entre representantes e representados, o acesso do cidadão aos vários nichos de poder, a desmistificação dos líderes políticos, as mudanças dos conceitos de tempo e espaço, de organização da vida social e, principalmente, na percepção do mundo e de uma nova realidade midiática. (MÁRCIA DUARTE, 2009, p.98)

Segundo Márcia Duarte (2009, p.106), a inclusão de novos atores sociais e novas mídias amplia a participação cidadã, pois “o direito à comunicação passa necessariamente pela participação do cidadão como sujeito ativo em todas as fases do processo de comunicação, tornando-se também emissor”.

A crescente demanda pela participação social nos meios de comunicação, especialmente locais e comunitários, permitiu a inclusão de novos atores e novas mídias, que têm promovido a diversificação de programas, de conteúdos e até mesmo de canais midiáticos específicos para as necessidades de diferentes públicos/comunidades. (MÁRCIA DUARTE, 2009, p.107)

Para Márcia Duarte e Jorge Duarte os conceitos de Comunicação Pública e cidadania estão interligados e em construção no Brasil. Tanto um quanto o outro pressupõem a participação do ator social para a reivindicação e consolidação de seus direitos. Direitos estes descritos na literatura e na história da democracia como que sustentados por três pilares: os direitos civis, os políticos e os sociais, na clássica definição de Marshall (1967), que foram e ainda estão sendo conquistados por meio de um processo reivindicatório do cidadão junto ao Estado, por meio do uso de canais comunicativos. Com isso, pode-se sintetizar o conceito de Comunicação Pública da seguinte forma:



A comunicação pública é um processo de troca de informações e compartilhamento de ideias e conhecimento entre atores sociais, instituições e a sociedade, cujo pressuposto básico para sua existência seja o interesse coletivo ou interesse público voltado para a prática da cidadania. Por instituições entende-se não só o Estado, com os poderes Executivo, Legislativo, Judiciário e Ministério Público, como também entidades chamadas de Terceiro Setor, ONGs ou empresas que prestam serviço público, seja por concessão ou terceirização, associações, sindicatos e movimentos sociais organizados. (ALCANTARA e MAINIERI, 2013, p.3)

Os estudos da Comunicação Pública avançam no Brasil e no exterior. Há pesquisas tanto no aprofundamento da abordagem que leva em conta três elementos: Estado, Governo e Sociedade descritos acima, como em novas perspectivas que visam o diálogo entre as esferas da vida pública com vistas à cidadania, conforme será tratado a seguir.

### **Comunicação Pública na Esfera cidadã – rumo à esfera pública digital**

Outra abordagem no contexto da CP perpassa a Comunicação da Esfera Pública alargando ainda mais o espectro dos participantes desse processo que visa, sobretudo, a construção da cidadania.

Mariângela Hasvani (2013, p.158) trata das dimensões da Comunicação Pública a partir da classificação do teórico italiano Paolo Mancini, outra referência europeia nos estudos desta área. Segundo tal classificação, a Comunicação Pública é composta da comunicação da instituição pública; da comunicação política e da comunicação social. Duas funções cabem à comunicação da instituição pública: a que visa a comunicação para promoção da imagem e a normativa. Já a comunicação social engloba a comunicação social fraterna; a comunicação de serviço; a de responsabilidade social das organizações; e a comunicação das instituições quase pública (sindicatos, associações de classe e as do Terceiro setor).

Interessa-nos, em especial, quando Haswani (2013, p.157) aprofunda a dimensão da “comunicação na esfera pública”, dedicando um capítulo de sua obra para tal discussão.

Parece mais oportuno falar de comunicação pública do que de comunicação institucional ou de interesse geral, à medida que é justamente a dimensão da esfera pública aquela que mais pertence e deve ser, ao mesmo tempo, objeto e fim de suas mensagens. (HASWANI, 2013, p.157)



O termo esfera pública é descrito por Hannah Arendt (1958, p.61) como o “mundo comum” no qual “as coisas possam emergir da treva da existência resguardada” que “reúne-nos na companhia uns dos outros”. Para a filósofa, “o termo público significa a o próprio mundo na medida em que é comum a todos nós e diferente do lugar que nos cabe dentro dele”. (Arendt, 1958, p.62) Complementa a autora:

Significa, em primeiro lugar, que tudo o que vem a público pode ser visto e ouvido por todos e tem a maior divulgação possível. Para nós, a aparência – aquilo que é visto e ouvido pelos outros e por nós mesmos – constitui a realidade [...] ser visto e ouvido por outros é importante pelo fato de que todos veem e ouvem de ângulos diferentes. É este o significado da vida pública. (ARENDR, 1958, p.59 e 67)

Arendt descreveu, com base nos escritos de Aristóteles, a *pólis* grega e a *ágora*, um tipo de praça pública onde os homens exercitavam sua cidadania, por meio de discursos que tentavam persuadir aos demais. Apesar de excludente, pois da *ágora* grega não participavam as mulheres, os escravos e os serviçais, considerava-se um modelo de participação democrática. A partir desse modelo, Jürgen Habermas (1984) cunhou a expressão “esfera pública burguesa”. Foi nesse ambiente criado de forma espontânea, na Europa dos séculos XVIII e XIX, que indivíduos privados se encontravam em público para debaterem assuntos de interesse dessa nova classe que surgia – a burguesia. Para o autor, a burguesia constituía o “público politicamente pensante” cuja “autonomia está enraizada na esfera do intercâmbio de mercadorias e, por isso, também coincide com o interesse em sua manutenção como uma esfera privada”. (Habermas, 1984, p.134)

A esfera pública burguesa pode ser entendida inicialmente como a esfera das pessoas privadas reunidas em um público; elas reivindicam esta esfera pública regulamentada pela autoridade, mas diretamente contra a própria autoridade, a fim de discutir com ela as leis gerais da troca na esfera fundamentalmente privada, mas publicamente relevante, as leis do intercâmbio de mercadorias e do trabalho social. (HABERMAS, 1984, p.42)

Os encontros eram realizados em cafés e saraus e os assuntos debatidos construía uma opinião pública que, por sua vez, obrigava os governos a darem publicidade aos seus atos, antes realizados na esfera secreta e glamourosa dos governos absolutistas e monárquicos. A transparência dos atos do Estado, por meio da pressão exercida pela opinião pública oriunda da esfera pública burguesa, foi importante para o





estabelecimento do Estado democrático de direito e a consolidação da democracia em todo o mundo.

Habermas (1984, p.213) também detecta a mudança da esfera pública burguesa, antes espontânea, informal, volátil para um novo *locus* que se institucionalizava, a imprensa, que até então funcionava de forma artesanal; de um periódico que veiculava anúncios, notícias para um jornal do tipo porta-voz da opinião pública que ia aos salões e cafés se pautar pelas discussões que ocorriam ali.

Com a legalização de uma esfera pública politicamente ativa é que a imprensa crítica se alivia das pressões sobre a liberdade de opinião; agora ela pode abandonar a sua posição polêmica e assumir as chances de lucro de uma empresa comercial. Na Inglaterra, França e nos Estados Unidos uma tal evolução da imprensa politizante para uma imprensa comercializada ocorre mais ou menos à mesma época durante os anos 30 do século XIX. (HABERMAS, 1984, p.216)

É em Thompson (2008) que se pode localizar esse processo de deslocamento da esfera pública para o terreno midiático. Ele esclarece que a vida pública e a atuação política dos cidadãos foi profundamente modificada pela presença das mídias, numa comparação com a vida pública da *polis* grega.

[...] o desenvolvimento dos meios de comunicação criou um novo tipo de publicidade muito diferente da concepção tradicional de vida pública. Este novo tipo de publicidade mediada não implica que indivíduos se reúnam em lugares compartilhados para discutir questões de interesse comum. Ao contrário, ela é uma publicidade de abertura e visibilidade, de tornar disponível e visível, e essa visibilidade não mais envolver o compartilhamento de um local comum. (THOMPSON, 2008, p.207)

Também reafirma Thompson que, conforme pensamento de Habermas, os meios de comunicação exerceram papel decisivo para o estabelecimento de novas formas de vida e “na articulação de um tipo de opinião pública que se distinguia das doutrinas oficiais do estado e exercia contra elas um crescente poder crítico” (Thompson, 2008, p.207).

[...] a comunicação mediada é uma conversação que envolve potencialmente milhões de pessoas e não apenas duas ou três. Isto é uma ilusão. Claro, há formas de comunicação mediada, como uma comunicação telefônica que são verdadeiras conversas. Mas as formas de comunicação que envolvem rádio, televisão, etc, não são conversativas neste sentido, porque muitos ouvintes ou espectadores não são participantes de um diálogo, mas receptores de



mensagens produzidas e transmitidas independentemente de sua capacidade potencial de resposta. (THOMPSON, 2008, p.213).

Enfim, de acordo com Thompson (2008) na nova esfera pública os atores sociais que participam do processo de comunicação mediada se diferem em muito dos atores das *ágoras* grega e habermasiana. Os acontecimentos, o que ocorre no mundo, são vistos por uma quantidade maior de indivíduos situados em diversos e dispersos contextos; o espectador, diferentemente do ator social em uma ação dialógica, não escolhe seu ângulo de visão.

O autor ressalta, ainda, como os processos de comunicação se distanciaram do sentido democrático e dialógico das duas primeiras esferas (a grega e a habermasiana), com a globalização que a sociedade moderna passou no século XX. Thompson afirma que o desenvolvimento de novas tecnologias de transmissão por ondas eletromagnéticas, o desenvolvimento de comunicação via satélite e também “a emergência das organizações nacionais e internacionais de administração do espaço das ondas eletromagnéticas” (Thompson, 2008, p.143) impulsionaram o processo de globalização de forma assimétrica e desigual.

A globalização é um processo de interconexão das nações no mundo que se potencializou com o surgimento da internet, permitindo que o mundo se tornasse uma “aldeia global” como previu McLuhan no final dos anos de 1960. Essa nova tecnologia permitiu o surgimento de uma nova sociedade denominada, por alguns autores, de informacional, da informação, ou ciberespaço. Pierre Lévy (1999, pág.17) afirma que o ciberespaço “especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ele abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo”.

Este novo ambiente perpassa todos os aspectos da vida atual, gera pontos de vista diversos, influencia o fazer e o produzir humano, agora dependente dessa sociedade informacional na qual a informação e o conhecimento tornaram-se os pilares fundamentais nas relações sociais.

A informação e o conhecimento, de fato, são doravante a principal fonte de produção de riqueza... passaram a constar entre os bens econômicos primordiais, sua posição de infraestrutura – fala-se em infoestrutura – de fonte ou de condição determinante para todas as outras formas de riqueza tornou-se evidente, enquanto antes se mantinha na penumbra. (LÉVY,1999, pág.34)



O ciberespaço, o novo espaço público da contemporaneidade, é um ambiente complexo, difuso, heterogêneo e requer dos atores sociais e das organizações novas vivências, novos comportamentos - mais ativos e participativos. Ele descentraliza o fluxo da comunicação, possibilitando o diálogo entre os internautas, pois altera o processo que é de “um-todos” na mídia tradicional para “todos-todos” nas mídias digitais on-line.

Com o espaço cibernético temos uma ferramenta de comunicação muito diferente da mídia clássica, porque é nesse espaço que todas as mensagens se tornam interativas, ganham uma plasticidade e têm possibilidade de metamorfose imediata. E aí, a partir do momento que se tem o acesso a isso, cada pessoa pode se tornar uma emissora, o que obviamente não é o caso de uma mídia como a imprensa ou a televisão. (LÉVY, 1999, pág.3)

Lévy (1999, pág.03) afirma que “longe de ser uma massa amorfa, a Web articula uma multidão aberta de pontos de vista; porém, essa articulação opera-se transversalmente, em rizoma, sem ponto de vista de Deus, sem unificação superior”. Ele se refere aos recursos da internet que possibilitam a expressão de opiniões e diferentes pontos de vista, construindo um novo tipo de saber chamado de “inteligência coletiva”.

Máximo Di Felice (2012, pág.01) enfatiza o potencial democratizador da Web, quando diz que “o conceito de esfera pública se altera profundamente e, se cria uma relação onde qualquer indivíduo pode dialogar com os demais, criar conteúdo e experimentar novas formas de participação on-line”.

André Lemos e Pierre Lévy (2010, pág.193) também defendem que a internet é um novo espaço de deliberação de causas públicas: “[...] é o ciberespaço como um todo que constitui uma imensa ágora virtual, labiríntica e fractal”. Dizem também que a web pode ser incentivadora à criação de “comunidades virtuais especialmente concebidas para favorecer o diálogo e a deliberação política”. E descrevem mais:

As ágoras virtuais são provavelmente um dos melhores instrumentos capazes de transformar essa condição favorável em realidade efetiva, contribuindo à emergência de uma cidadania tensionada em direção a uma melhor inteligência coletiva [...] as ágoras virtuais são comunidades virtuais multipartidárias, centradas sobre questões políticas cujo principal objetivo é apoiar o diálogo, a deliberação, a decisão e a ação de todos os cidadãos que desejam delas participar. (LEMOS e LÉVY, 2010, pág.192)



Manuel Castells (2003, p.230) chamou a nova sociedade construída sob o paradigma das novas tecnologias da informação de “sociedade de rede”. A *www* (world wide web) é um recurso tecnológico e informacional disponibilizado dentro da internet e se constitui, basicamente, em sites de conversação, encontros, e de estabelecimento de conexões que formam grupos sociais on-line, à semelhança dos existentes na vida concreta off-line. As conhecidas redes sociais on-line, por permitirem uma participação e interação entre os participantes já está sendo considerada como uma nova *ágora* da cidadania.

A internet encerra um potencial extraordinário para a expressão dos direitos dos cidadãos e a comunicação de valores humanos... ao nivelar relativamente o terreno da manipulação simbólica, e ao ampliar as fontes de comunicação, contribui de fato para a democratização....A internet põe as pessoas em contato numa *ágora* pública, para expressar suas inquietações e partilhar suas esperanças. (CASTELLS, 2003, p.135)

O sociólogo espanhol Manuel Castells estuda atualmente o ambiente da internet como forma de mobilização de movimentos sociais e como a cibercultura tem potencial para promover redes democráticas de participação popular. Afirma que “o ciberespaço tornou-se uma *ágora* eletrônica global em que a diversidade da divergência humana explode numa cacofonia de sotaques” (Castells, 2003, p.115).

Conforme explica o autor “uma rede é um conjunto de nós interconectados” e que o homem há muitos anos vive em grupos sociais ou redes de relacionamento, mas que “as redes ganharam vida nova em nosso tempo transformando-se em redes de informação energizadas pela internet” (Castells, 2003, p.7).

Os processos de mudança social conflitiva na Era da Informação giram em torno das lutas para transformar as categorias de nossa existência mediante a formação de redes interativas como formas de organização e mobilização. Essas redes que emergem da resistência de sociedades locais, visam superar o poder de redes globais, reconstruindo assim o mundo a partir de baixo. A internet fornece a base material que permite a esses movimentos engajarem-se na produção de uma nova sociedade. (CASTELLS, 2003, p.119)

Ele distingue algumas características desses movimentos sociais na sociedade em rede que usam a internet para informar, organizar, planejar e mobilizar os cidadãos em prol de lutas por direitos, contra corrupção e contra o sistema de representação política atual:



[...] são essencialmente mobilizados em torno de valores culturais. A luta para mudar os códigos de significado nas instituições e na prática da sociedade é a luta essencial no processo de mudança social no novo contexto histórico; têm de preencher o vazio deixado pela crise das organizações verticalmente integradas, herdadas da Era Industrial; pretendem conquistar poder sobre a mente, não sobre o Estado.(CASTELLS, 2003, p.117)

As bandeiras dos movimentos em redes digitais utilizam-se da internet e mais recentemente das plataformas de redes sociais on-line para mobilizar o cidadão a fim de convocar manifestações públicas que provoquem uma visibilidade midiática por meio dos meios de comunicação e assim construam uma opinião pública favorável às suas lutas, bandeiras e reivindicações. O papel da web tem sido apontado por vários autores como fundamental nesse processo a fim de incrementar a participação da sociedade civil dando-lhe vez e voz no sistema de representação político e social na atualidade.

### **Considerações finais:**

Ao longo do texto, apontamos a perspectiva da Comunicação Pública enquanto esfera pública da cidadania, no sentido de analisar, no contexto da sociedade informacional (Castells, 2003), a construção desse conceito. O entendimento do conceito de CP, a partir da articulação de suas múltiplas abordagens, é fundamental para uma reflexão aprofundada de sua contribuição para a cidadania.

Se na remota Grécia o cidadão exercia o direito à livre expressão de seu pensamento na *ágora* pública e na Europa do século XVIII a burguesia debatia temas de seu interesse em cafés e salões, hoje o cidadão amplia os espaços de fala de forma a garantir que os assuntos de interesse coletivo sejam reverberados na sociedade.

Com a crescente expansão e modernização dos sistemas de comunicação, a *ágora* foi deslocada para os meios de comunicação que passaram a deter o poder da fala, deixando ao cidadão a atividade de consumo de conteúdos simbólicos. No entanto, é com o advento da internet e com o surgimento de redes sociais digitais que observamos o arrefecimento da centralidade dos meios de comunicação tradicionais.

O ressurgimento do cidadão enquanto sujeito, tendo voz ante o poder público, manifestando suas inquietações e necessidades, parece-nos um caminho sem volta. Diante disso, o Estado tende na atualidade a responder à voz do povo que não somente



reivindica de forma on-line, mas transfere para as ruas seus protestos. Assim, pode-se resumir a evolução do processo de comunicação pública cidadã desde a *ágora* até as redes sociais on-line voltadas para a ação coletiva.

Tal concepção de comunicação pública cidadã se assenta sobre as bases estabelecidas sob o viés do diálogo entre sociedade, Governo e Estado. Com a existência do novo ambiente digital que medeia o processo da Comunicação Pública trazendo seus partícipes à condição de um cidadão mais ativo e participativo, abre-se espaço para um verdadeiro diálogo. O desafio posto à Comunicação Pública é garantir uma interação dialógica com os cidadãos de forma transparente, participativa e solidária.

### Referências bibliográficas

ALCANTARA, Quézia; MAINIERI, Tiago. **O poder Legislativo como palco de embate entre a Comunicação Pública e a Comunicação Política**. Anais do XV Congresso de Ciências da Comunicação-Intercom Região Centro-Oeste, 2013.

ARENDDT, Hannah. **A Condição Humana**.(1958). Disponível em: <http://escoladeredes.net/group/bibliotecahannaharendt>. Acesso em 10/04/2013

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. **Conceito de comunicação pública**. In: DUARTE, Jorge. Comunicação pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público.SP: Atlas, 2009.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

DUARTE, Jorge. **Comunicação pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. SP: Atlas, 2009.

DUARTE, Márcia Yukiko Matsuuchi. **Comunicação e Cidadania**. In: Comunicação pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. SP: Atlas, 2009.

DI FELICE, Máximo. **Democracia Direta é Tecnologicamente possível**. Acesso em: [http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/democracia\\_direta\\_e\\_tecnologicamente\\_possivel](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/democracia_direta_e_tecnologicamente_possivel), 04/06/12

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

HASWANI, Mariângela Furlan. **Comunicação Pública. Bases e abrangências**. SP: Saraiva, 2013.

LEMONS, André e, LÉVY, Pierre. **O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia planetária**. SP: Paulus, 2010.

LÉVY, Pierre. **A nova relação com o saber**. In: Cibercultura. SP: Ed. 34, 1999. p. 157-167



MENDONÇA, Maria Luiza Martins (org.). **Mídia e Diversidade cultural: experiências e reflexões**. Brasília: Casa das Musas, 2009.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**. RJ, Petrópolis: Ed. Vozes, 2002.

PAIVA, Raquel; SANTOS, Cristiano H.R.(orgs). **Comunidade e Contra-hegemonia: rotas de Comunicação alternativa**. RJ: Mauad X, FAPERJ, 2008.

PERUZZO, C. M. K. **Internet e Democracia Comunicacional: entre os entraves, utopias e o direito à comunicação**. In: MARQUES DE MELO, J. SATHLER, L. Direitos à Comunicação na Sociedade da Informação. São Bernardo do Campo, SP –Umesp, 2005.

\_\_\_\_\_. **Movimentos sociais, cidadania e o direito à comunicação comunitária nas políticas públicas**. In: MENDONÇA, Maria Luiza Martins (org.). Mídia e Diversidade cultural: experiências e reflexões. Brasília: Casa das Musas, 2009.

THOMPSON, John. **Mídia e modernidade**. Tradução de Wagner Brandão. 10ª Ed. RJ: Petrópolis: Vozes, 2008.

ZÉMOR, Pierre. **La communication publique**. Puf, Col. Que sais-je?. Tradução resumida: Profª. Dra. Elizabeth Brandão. Paris, 1995.