

A mídia e o “novo espaço público”¹

Lauro Almeida de MORAES²
Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR

RESUMO

Os meios de comunicação ocupam papel central na esfera pública contemporânea. Pelas mídias, temas, juízos, comportamentos, valores e esquemas estabelecidos são reconhecidos como tácitos e comuns, engendrando uma espécie de realidade mediatizada. Tamanha amplitude reflete na configuração de um novo espaço público, cuja centralidade espacial foi rompida por uma extensa rede intercomunicativa. Este trabalho, antes de qualquer propósito, assume a condição de discussão preliminar sobre o tema. Recorre a uma revisão de literatura, emparelhada com reflexões empiristas acerca de fatos, filmes e documentários recentes. Assim, corrobora com a tese de que se impõe a necessidade de uma nova teoria do espaço público, na qual os *media* ocupem papel central.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; sociedade midiaticizada; espaço público; democracia; cidadania.

Introdução

A crescente midiaticização da sociedade criou uma ambiência cultural cujos efeitos reconfiguram também a percepção dos indivíduos e suas representações em relação ao tempo e ao espaço vivido – face a face ou na esfera mediada. O contato com o outro e com os lugares envolvem diferentes graus de proximidade. “Isso só é possível e favorável – evidentemente além dos movimentos físicos no espaço geográfico – pelas viagens indiretas e pelas práticas simbólicas e imaginárias de movimentos percebidos pela difusão das mídias” (BUONANNO, 2004, p. 335).

Nesta linha de raciocínio, Ferraz (2007, p. 31) tece uma reflexão de cunho geográfico-culturalista acerca dos *media*:

o papel das diversas mídias, atrelado às novas tecnologias e técnicas de informação e comunicação, assim como o caráter cada vez mais presente dos referenciais imagéticos e estetizantes delineadores e delineados pelas perspectivas e necessidades humanas, faz com que o complexo cultural possua uma presença espacial nunca antes vista.

Particularmente, cabe destacar a presença central dos meios de comunicação no espaço público, engendrando uma espécie de realidade mediatizada. Por isso, antes de

¹ Trabalho apresentado no DT 7 - Comunicação, Espaço e Cidadania do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 26 a 28 de maio de 2016, na Pontifícia Universidade Católica do Paraná, em Curitiba - PR.

² Jornalista, mestre em Cultura e Turismo. Doutorando em Geografia na Universidade Federal do Paraná (UFPR). E-mail: lauro.jornalismo@gmail.com

qualquer propósito, este trabalho assume a condição de discussão preliminar acerca desta interface, sob a qual se assenta uma nova forma de participação na esfera pública. Nota-se que o debate envolve posicionamentos disfóricos e eufóricos, tecnófobos e tecnófilos. Por meio de uma revisão de literatura, emparelhada com reflexões empiristas acerca de fatos, filmes e documentários recentes, buscar-se-á interpretar ambas as posições ante a efervescente ambiência sociocultural contemporânea. Um contexto em que os processos de mediação midiática exercem grande influência sobre a opinião pública e conformam um espaço público ampliado, peculiar à sociedade global-midiatizada.

Os *media* e a nova ordem espacial

Os padrões de mobilidade humana passaram por alterações sintomáticas nas últimas décadas. Além da constituição de redes espacialmente dispersas, Williams (2013, tradução nossa, p. 513) aponta que “houve um alongamento, intensificação e interpenetração das relações sociais que constituem a globalização (COCHRANE; PAIN, 2000, p. 15-17): uma mudança não tanto do local para o global, mas para a interconexão global de pessoas e lugares [...]”. Para o autor, tais fatores favorecem um tipo de *mobilidade circular* comparável a *migrações temporárias*. Por isso, as trajetórias – raramente lineares – estão mudando constantemente, como resultado da interação entre pessoas, tecnologias, relações de mercado, cultura e intervenção estatal.

Neste vasto cenário das mobilidades, cabe então ressaltar a função primordial desempenhada pelos meios de comunicação. Conforme destaca Thompson (1998), a comunicação mediada deu origem a uma complexa reorganização dos padrões de interação humana no espaço e no tempo. O autor salienta que, durante a maior parte da história da humanidade, as interações sociais ocorreram face a face, num contexto de co-presença, em que os participantes colocam-se imediatamente presentes e compartilham um mesmo sistema referencial espaço-temporal. Entretanto, além de alternativa para a interação face a face, o desenvolvimento dos meios de comunicação representa também um conjunto de “extensões do espaço no qual a interação pessoal pode ocorrer” (HJARVARD 2013, p. 64). Desta forma, os *mass media* colocam “recursos disponíveis para ampliar nossas geografias imaginárias, pluralizar nossos mundos simbólicos de vida, familiarizar-nos com o outro e o distante, construir ‘sentidos de lugares imaginários’” (BUONANNO, 2004, p. 346).

A bem da verdade, a crescente midiaticização, aliada à dinamicidade das tecnologias da informação e comunicação, impõe uma reorganização da geografia humana a partir de uma relação em que o processo comunicativo suplanta o próprio espaço físico, dando vazão ao que Virilio (1993, p. 10) denominou *espaço-tempo tecnológico*. E a velocidade das transformações exige constante atualização das interpretações geográficas conforme a lógica dessa *nova ordem espacial* (FERRAZ, 2007, p. 31).

Conforme ressalta Virilio (1989, 1993), a partir do ambiente técnico, a espacialidade pública clássica tende a ser substituída por uma *imagem pública* exibida nas telas, seja do computador, do cinema ou da televisão.

A imagem televisiva do jornal das oito (que) está se transformando num espaço público. O espaço público era a praça, era a esquina onde os homens se encontravam para dialogar, para se manifestar publicamente, para lutar ou para festejar. Hoje em dia, é visível que o cruzamento, o espaço em que os homens se encontram é o jornal das oito. [...] Estamos, pois, juntos diante de uma imagem pública, que substitui a praça pública, mas separados, cada qual em sua casa (VIRILIO, 1989, p.134).

Nesta “*domicilização*” *sem domicílio* (Virilio, 1993, p.14), o espaço geográfico e seu *protocolo de acesso físico* são relegados a segundo plano. As dimensões temporais e espaciais, mais do que alteradas, ficam completamente condicionadas pelos *mass media*. Ademais, “a geometria do tempo assume importância bem maior do que a geometria do espaço, e a geometria do tempo é o tempo real: tudo se localiza no mesmo lugar, ao mesmo tempo” (VIRILIO, 1989, p. 134), e no lugar da presença efetiva interpõe-se a imagem. Ainda que se relativize a concepção de perda total de referência com a experiência concreta, é plausível que, nesta sociedade midiaticizada, independa do espectador estar fisicamente em um lugar para ter algum nível de *experiência vivida* com o mesmo (THOMPSON, 1998, p. 38). O indivíduo pode estar no espaço privado do seu domicílio e, ao mesmo tempo, adquirir experiências espaço-temporais diferenciadas. Buonanno (2004, p. 336) compara esse deslocamento mediado a uma “viagem sem partida, uma migração sem abandono do lugar de origem”. Nesse *turismo imaginário*, as pessoas “deslocam-se” entre e para regiões distantes sentados na poltrona da sala, o que as coloca, em alguns aspectos, numa posição tão ou mais confortável do que um indivíduo que efetivamente visita um lugar, uma vez que o espectador realiza a viagem sob “proteção da experiência mediada” (p. 346).

A autonomização do campo da comunicação da qual tratou Rodrigues (1990) chega, pois, a um patamar inexorável de centralidade na vida social, de tal modo que projetar um

mundo não-mediatizado nas condições atuais de sociabilidade seria facilmente equiparado a um trabalho ficcional. Estaríamos diante da concretização da visionária teoria dos meios técnicos como extensão do corpo e da mente humana? (MCLUHAN, 1971). É certo que a importância dos meios também avançou a passos largos nas últimas décadas. Todavia, a esfera da comunicação midiática está além das tecnologias, pelas quais trafega, navega, expande-se, em conformidade com as novas necessidades sociais de um mundo global-mediatizado.

Entendemos por campo dos media o campo cuja legitimidade expressiva e pragmática é por natureza uma legitimidade delegada dos restantes campos sociais e que, por conseguinte, está estruturado e funciona segundo os princípios da estratégia de composição dos objetivos e dos interesses dos diferentes campos, quer essa composição prossiga modalidades de cooperação, visando, nomeadamente, o reforço da força da sua legitimidade, quer prossiga modalidades conflituais, de exacerbação de divergência e dos antagonismos. (RODRIGUES, 1990, p. 152)

Isto é, outros campos sociais e os próprios indivíduos delegam à instância midiática a tarefa de mediação social. Deste modo, nas mídias e pelas mídias circulam – nas mesmas condições desiguais e complexas da sociedade – os discursos, as convergências e divergências, as compatibilidades e controvérsias, bem como os conflitos e tensões sociais. Entretanto, estaria a vida pública invadida ou em vias de ser totalmente invalidada pelos aparatos midiáticos? Qual a metáfora mais adequada ao homem público da atualidade: ator ou espectador? (SENNET, 1993). Questões que se tornaram recorrentes e que denotam a dimensão da relevância dos *media* para o debate mais estrito acerca do espaço público contemporâneo.

Tensões no debate do espaço público

Partindo de uma perspectiva do sistema que o constitui, o espaço é comumente dividido entre público e privado. À luz do pensamento filosófico de Hannah Arendt, Ferreira (2007, p. 15) distingue-os:

É no espaço privado que o ser humano tem suas relações íntimas [...] e é também ali que ele busca atender suas necessidades vitais básicas, garantindo sua sobrevivência. Por outro lado, o espaço público, seria a sua conexão com mundo, onde se realizam suas atividades sociais, lugar da fabricação dos objetos que garantem não somente sua reprodução, mas a do próprio mundo. (p. 15)

Além de uma geografia física, nota-se que os espaços públicos também são “lugares representativos da vida e da história das cidades, lugares simbólicos” (ANDRADE *et al.*, 2009, p. 133). Todavia, Xavier (2006) chama a atenção que, particularmente na Europa, vem ocorrendo a substituição de espaços públicos por *equipamentos lúdico-comerciais* (p. 23). Deste modo, a partir da lógica do *lucro e diversão*, a fronteira entre público e privado torna-se tênue, pois “se introduzem mecanismos privados na produção de espaços públicos e usos colectivos em espaços privados” (p. 23-24). Tal noção é fundamental, como ponto de partida para destacar as tensões existentes no debate acerca do espaço público contemporâneo, sintetizadas por Carmona (2010) pela dicotomia entre duas vertentes: de um lado, os críticos da subgestão do espaço público (*under-management*), do outro, aqueles que acusam o seu excesso de gestão (*over-managed*).

O mapeamento teórico de Carmona (2010), estruturado a partir de diversas escolas tradicionais do urbanismo, oferece um panorama indicativo de tipologias espaciais emergentes no espaço público. O *espaço negligenciado*, tanto fisicamente como em face das forças de mercado, seria um dos sintomas da subgestão. É o que explicaria a deterioração de certos espaços públicos e mobiliários urbanos ou a proliferação de *lost spaces*. O privilégio conferido aos estacionamento e ao tráfego de automóveis em detrimento da função social do espaço estaria, por sua vez, no cerne da crítica ao *espaço invadido*. Esta invasão espacial também seria o vetor de conflitos que envolvem o comércio informal, como aqueles relatados por Duneier *et al.* (2000) em sua etnografia sobre vendedores ambulantes de livros usados nas ruas do bairro nova-iorquino de Greenwich Village – em sua maioria, negros, sem teto e muitos ex-detentos. Por detrás da aparente desorganização do grupo, Duneier *et al.* (2000) descobre uma organizada estrutura social informal, com hierarquia e papéis bem definidos. Então, na busca de serem integrados a uma vida regular, ocupam e vivem no espaço público, estabelecendo tensa relação com pedestres, comerciantes e moradores locais.

O *espaço de exclusão* já seria aquele que cria barreiras físicas e psicológicas nas estratégias de desenho e gestão do espaço, criando espaços que restringem o acesso físico (*disabling spaces*) e alimentam o estranhamento em relação ao *outro*. O fator econômico é base do *espaço segregado*, no qual grupos mais ricos buscam separar-se do restante da sociedade, por medo do crime ou simplesmente pelo desejo exclusividade. E na conjugação entre secularismo, capitalismo, declínio da vida pública e novas tecnologias situa-se a

crítica aos espaços *doméstico*, *virtual* e ao *third space*, no quais os indivíduos deixam espaço público para imergir em mundos internos, privados e virtuais. Este último próximo ao que Virilio (1993) definiu como “*domiciliação*” *sem domicílio*. Já em relação ao *third place*, a ideia originalmente concebida por Oldenburg (1999, (tradução nossa, p. 39) confere a esses lugares um caráter público: “obviamente, há uma grande diferença entre a residência privada e o terceiro lugar. Casas são demarcações privadas; terceiros lugares são públicos.” Uma concepção controvertida, tendo em vista quais são, na definição do autor, esses espaços de convívio social e conforto psicológico – comparáveis ao aconchego de casa, os quais Fonseca *et al.* (2005, p. 26), em estudo sobre a motivação do consumo em cafés, resumem da seguinte forma: “considerando que a primeira casa é o lar e a segunda, os espaços de trabalho, pelo tempo em que se passa nesses ambientes, as terceiras casas, por fim, são locais como cafés, bares, restaurantes e livrarias, entre outros.” Outras interpretações do conceito original incorporaram uma noção tão ou mais contraditória ao classificar o *third place* como uma espécie de espaço semi-público (BANERJEE, 2007).

O movimento crítico inverso ao *under-management* direciona-se ao *over-managed public space*. Carmona (2010) identifica na literatura que o excesso de gestão é a raiz de quatro categorias destes espaços. O *espaço privatizado* ocorreria por meio da apropriação do espaço público pelas corporações e pelo próprio Estado. O *espaço consumo* trata da mercantilização do espaço público, transformados em *experience markets*, que, por meio do poder econômico, favorecem a exclusão de segmentos mais pobres da sociedade. Críticas também se dirigem ao *espaço inventado* – estandardizado, sem autenticidade, definido como não-lugar, uma crítica recorrente feita a espaços formatados para o turismo (CARLOS, 1999; RODRIGUES, 2006). No grupo *espaço assustador*, estariam os lugares marcados pelo crime, ou mais frequentemente ao medo do crime; em que a liberdade é colocada em xeque por mecanismos públicos e privados de prevenção da criminalidade. Estes, aliás, utilizados como argumento para rígidos métodos e políticas de controle do espaço público, como aqueles implementados pelo famoso e contestado programa nova-iorquino de “tolerância zero” (WENDEL; CURTIS, 2002; SHECAIRA, 2009).

Com efeito, a dicotomia apontada pelos críticos e várias das categorias elencadas por Carmona (2010), podem ser observadas no documentário *Urbanized* (2011), do fotógrafo e cineasta independente norte-americano Gary Hustwit. O roteiro enfoca questões e estratégias que perpassam o desenho urbano de metrópoles em várias partes do mundo, dando importantes indicações no tocante ao futuro das grandes cidades. *Lost spaces* são

uma questão para a qual a comunidade de Nova Orleans busca solução, pós furacão Katrina. Enquanto Brasília criou enormes *espaços invadidos*, Bogotá busca rompê-los por meio de ciclovias e melhoria do transporte público. A emergência de um *espaço inventado* está entre os motivos da forte reação ao projeto S21, em Stuttgart, na Alemanha. As favelas de Mumbai são um sintoma da antítese gerencial do espaço público. A falta de gestão leva uma grande parcela da população a viver em favelas, *espaços de exclusão*; o excesso favorece *espaços privatizados e assustadores*, por meio da especulação imobiliária. Uma observação que corrobora com a tese de Carmona (2010) de que *over-managed* e *under-management* são faces da mesma moeda, que conformam e, muitas vezes, tensionam o espaço público, atualmente ampliado e profundamente alterado pela lógica midiática.

A nova tradição no novo espaço público

O campo dos *media* ocupa posição simbólica central na sociedade contemporânea, conforme já salientado anteriormente. Tal proeminência está destacada em diversos estudos e obras que refletem sobre a modernidade e a pós-modernidade, quase sempre oscilando entre extremos teóricos: disfóricos e eufóricos, tecnófobos e tecnófilos, apocalípticos e integrados, de acordo com a clássica divisão de Umberto Eco (2004). Não são pretensão nem objetivo desta discussão preliminar traçar o estado da arte das diferentes posições teóricas, senão situar brevemente seus eixos basilares, a fim de aplicá-los à discussão sobre o novo espaço público.

Então, cabe ressaltar que, particularmente a partir da década de 1970, produziram-se também discursos moderados, como a análise sociológica do papel dos meios de comunicação na era moderna de Thompson (1998) e das características da cultura de massa de Morin (1997). Ambos, entretanto, buscando revisar as concepções mais pessimistas, fundamentalmente da Escola Crítica, cujo conceito de indústria cultural – citado pela primeira vez em 1947, na *Dialética do Esclarecimento* (ADORNO; HORKHEIMER, 1985) – ainda é bastante invocado por aqueles que enxergam os meios de comunicação como suportes culturais de alienação, padronização massificada, criação de estereótipos, maniqueísmo e hierarquização de produtos. Em sua raiz, é uma perspectiva que condena as tecnologias e sua aplicabilidade. Como afirma Adorno (1992, p. 33), “a tecnificação torna, entretanto, precisos e rudes todos os gestos, e com isso, os homens.”

De outro lado, o tom otimista é prevalente entre os que percebem os aparatos comunicacionais e as novas tecnologias como auxiliares externos do desenvolvimento da humanidade, capazes de contribuir para impulsioná-la a estágios mais avançados. Nesta perspectiva, a despeito dos conflitos existentes na arena pública, os *media* também seriam instrumentos favoráveis à democracia. Aliás, um dos maiores entusiastas da web, Lévy (2000, 2001) acredita que as *tecnologias da inteligência* e a *inteligência coletiva*, conforme denomina, estão conduzindo a sociedade rumo à emergência de uma *tecnodemocracia*. Em sua visão, a democracia “é o regime que encoraja um pensamento coletivo da lei, isto é, traduz a inteligência coletiva em política.” (LÉVY, 2000, p. 18) Este também é um dos eixos teóricos norteadores da *cultura da convergência* de Jenkins (2009):

A inteligência coletiva pode ser vista como uma fonte alternativa de poder midiático. Estamos aprendendo a usar esse poder em nossas interações diárias dentro da cultura da convergência. Neste momento, estamos usando esse poder coletivo principalmente para fins recreativos, mas em breve estaremos aplicando essas habilidades a propósitos mais “sérios”. [...] A produção coletiva de significados, na cultura popular, está começando a mudar o funcionamento das religiões, da educação, do direito, da política, da publicidade e mesmo do setor militar (p. 30).

Nota-se que o pensamento tecnófilo aposta na capacidade das novas formas de comunicação de ampliar “as capacidades cognitivas das pessoas e dos grupos, quer seja a memória, a percepção, a possibilidade de raciocínio, a aprendizagem ou a criação.” (LEMONS; LÉVY, 2010, p. 14-15). E além de *epicentro da aquisição de conhecimentos* (LÉVY, 2001, p. 51), acredita-se na intercomunicação das redes digitais para expansão do mídia-ativismo e de uma nova dimensão da esfera pública, ocupada por um *ator social coletivo* (CASTELLS, 1999, p. 26).

Na contramão deste pensamento, Oliveira (2001) identifica uma tensão, senão grave ruptura, na relação dialética entre *intelectuais, conhecimento e espaço público*. O autor argumenta que a produção independente do conhecimento foi uma conquista da modernidade, responsável pela desprivatização do espaço, desvencilhando-o das formas tradicionais de dominação e poder, especialmente da Igreja e do Estado. Todavia, este triunfo da racionalidade moderna encontra-se ameaçado por uma *radicalização do desencantamento do mundo*, que conduz à própria negação do espaço público, ideia presente também nas reflexões de Giddens (1991) sobre a modernidade.

Entre os sintomas desta *síntese negativa*, estaria o acúmulo e recrudescimento das especializações, cuja lógica provoca o declínio dos intelectuais (Touraine, 1994) e afasta o público dos novos saberes, transformando-os em mera mercadoria. Retomando o conceito-chave da Teoria Crítica, Oliveira (2001) aponta que a indústria cultural reduziu o conhecimento a um simulacro, codificado e decodificado como uma gama de informações dispersas. Por isso, conclui que “hoje sabemos apenas, – ou pensamos saber e na verdade nada sabemos” (OLIVEIRA, 2001, p. 127). Nesta perspectiva, no domínio da informação mediatizada, os intelectuais tornaram-se *comunicadores* e o público um espectador passivo, pois “não há interlocução na comunicação” (p. 128). Sendo assim, a publicização resume e reduz o espaço público, prescindindo da *pólis* e do *outro* para sua produção e reprodução; o que se aproxima do entendimento de Virilio (1989, p.134) acerca da dissolução do espaço público clássico: “estamos, pois, juntos diante de uma imagem pública, que substitui a praça pública, mas separados, cada qual em sua casa”. Concomitantemente, remete a certa melancolia, de um espaço perdido, tal qual a *velha cidade* do século de XIX aludida na obra de Jane Jacobs, que Berman (1986, p. 300) recupera com saudosismo em *Tudo que é sólido desmancha no ar*, sugerindo resistência ao modelo espacial da modernidade:

Devemos, pois, nos empenhar para manter vivo esse “velho” ambiente, por sua capacidade peculiar de alimentar as experiências e os valores modernos: a liberdade da cidade, uma ordem que existe num estado de perpétuo movimento e mudança, a comunhão e a comunicação face a face, evanescente mas intensa e complexa, daquilo que Baudelaire chamou a família de olhos. O ponto salientado por Jacobs é que o assim denominado movimento moderno inspirou uma “renovação urbana” de bilhões de dólares, cujo resultado paradoxal foi a destruição do único tipo de ambiente no qual os valores modernos podem ser realizados. O corolário prático de tudo isso (que à primeira vista pode parecer paradoxal, mas na verdade faz pleno sentido) é que na nossa vida urbana, em benefício do moderno, precisamos preservar o velho e resistir ao novo.

Dissolução do espaço público, privatização da vida e uma forma de subjetividade antipública seriam, portanto, tendências geradas pelo *modus operandi* da modernidade e sua *grande indústria cultural* (OLIVEIRA, 2001, p. 129). Nesta perspectiva, a tecnologia, em seu *movimento minimalista*, busca o confinamento da multiplicidade dos indivíduos, a substituição da convivência, encolhendo e privatizando a arena pública. A despeito de advertir que “não se trata apenas da propaganda raivosa”, as afirmações de Oliveira (2001, p. 132) vão de encontro àquela concepção de espaço público ampliado, no qual há cooperação, emissões livres e compartilhamento de informação numa extensa rede intercomunicativa. (LÉVY, 2001; JENKIS, 2009; CASTELLS, 2000)

Uma visão mais ponderada e contextual sobre a questão do espaço público nas sociedades contemporâneas é apresentada por Innerarity (2010). O filósofo basco percebe a ausência de *centralidade espacial* como característica elementar da contemporaneidade, marcada pela globalização e o multiculturalismo. Ao mesmo tempo, revigoram-se os particularismos, a segmentação social e o individualismo, o que articula uma democracia voltada para interesses específicos, pontuais e fugazes, tal como ocorreu com as manifestações contra o aumento da tarifa de transporte público em São Paulo, em junho de 2013. Uma forma de participação baseada em *issues* (temáticas), identificada no clássico estudo de Riker (1996) sobre a campanha para ratificação da Constituição norte-americana.

No entanto, a recente revolta no Brasil ganhou repercussão nacional, atingindo centenas de cidade, que viveram uma insurreição generalizada contra a precariedade dos serviços públicos, a corrupção e os gastos abusivos com a Copa do Mundo no Brasil, subvertendo a lógica dos *issues*. A repercussão do movimento é avaliada no documentário *Junho: o mês que abalou o Brasil* (2014) – primeiro longa-metragem produzido pela TV Folha – por jornalistas, intelectuais e líderes dos protestos, cujos depoimentos ratificam outros apontamentos feitos por Innerarity (2010), particularmente no tocante à *crise de representatividade política* na atualidade. Em face da desinstitucionalização crescente, a política afasta-se dos indivíduos, abrindo caminho para a privatização do público e a politização do privado, evidenciados durante os protestos por meio de ataques tanto contra o patrimônio público quanto privado.

Aliás, politização do privado e privatização do público também são a base dos recentes escândalos políticos no Brasil, deflagrados pela Operação Lava-Jato. Uma conjunção de irregularidades partidárias, corporativas, político-financeiras e de poder – tanto do âmbito público para o privado quanto o inverso – que desafia a taxonomia dos escândalos da esfera política de Thompson (2002). E o fôlego e extensão das investigações devem-se, em grande medida, à sua exposição midiática, cuja capacidade de interferir no poder simbólico – a reputação e a confiança – impõe padrões de conduta à vida pública, mesmo que preservados apenas diante dos holofotes. Como salienta o autor, “nessa era de visibilidade midiática, os que ocupam ou aspiram posições de poder estarão sujeitos a um grau de escrutínio público que excede em muito aquele que seus predecessores foram obrigados a suportar [...]” (THOMPSON, 2002, p. 325).

Tal regime de visibilidade pública implica ainda no oportunismo midiático. Não por acaso, o “ser visto” foi a principal preocupação de muitos deputados que participaram da

sessão que aprovou o prosseguimento do processo de impeachment da presidente Dilma Roussef. Alguns deles preocuparam-se em falar diretamente às câmeras e muitos outros fizeram do plenário a própria casa, citando e homenageando familiares, ao estilo do brasileiro descrito por Da Matta (1997). Notadamente, é a materialização do que alguns analistas definem como crise da democracia representativa, que Novaro (1995) caracteriza como um cenário de enfraquecimento dos partidos e organizações sociais, personalização da política e emergência de uma nova forma de mediação.

Nesse sentido, Innerarity (2010) também destaca o papel central ocupado pelos meios de comunicação na nova arena pública. Assume, no entanto, tom mais ameno que aquele adotado por Oliveira (2001), reconhecendo a agenda da mídia como a *nova tradição*, na qual temas, juízos, comportamentos, valores e esquemas estabelecidos são reconhecidos como tácitos e comuns, engendrando uma espécie de realidade mediatizada. Uma forma de representação política que Manin (1995), em perspectiva otimista, denominou *democracia de plateia*. Ao invés de uma crise da democracia representativa e declínio da vida pública, o autor enxerga uma transformação nas formas tradicionais representação política e a emergência de um novo modelo. O atual padrão estaria, portanto, centrado nos meios de comunicação, para onde se canaliza tanto o debate público como a própria *liberdade de opinião pública* (MANIN, 1995, p. 6). O desafio, então, é pensar o espaço público com base neste padrão de civilidade e sociabilidade midiaticizado.

O problema que hoje enfrentamos consiste em como pensar a cidade quando temos redes em vez de vizinhança [...] quando há já muito tempo o debate público se efetua num espaço virtual, quando as ruas e as praças deixaram de ser os principais lugares de encontro e encenação. A questão consiste em saber se o espaço público, como espaço de experiência humana intersubjetiva, essencial à democracia, necessita de um tipo de espaço físico segundo o modelo grego, medieval, renascentista, burguês, ou se essa antiga relação entre civilização e urbanidade se pode realizar fora dos espaços da cidade clássica europeia (INNERARITY, 2010, p. 136).

A partir deste prisma, vislumbra-se a necessidade da prática reflexiva, que leve a uma nova teoria do espaço público, pois este “já não é somente o lugar da comunicação de cada sociedade consigo própria mas também o lugar de uma comunicação entre sociedades diferentes umas das outras” (INNERARITY, 2010, p. 15). Um pensamento, portanto, capaz abarcar a ideia de uma democracia global e multicultural, contemplando, ao mesmo tempo, a amplitude dos particularismos políticos e culturais das sociedades. Com efeito, uma utopia apropriada para este tempo de intensas convulsões sociais no Brasil e no mundo.

Considerações finais

Longe de almejar o esgotamento de um tema tão amplo e em efervescência – envolto por variados, difusos e antagônicos posicionamentos, conceitos, interesses e ideologias – este trabalho reassume, antes de qualquer propósito, sua condição de discussão preliminar. Neste sentido, corrobora com a tese de que se impõe a necessidade de uma nova teoria do espaço público, na qual os *media* ocupem papel central. Isto implica, primeiramente, superar as concepções apologéticas de matriz frankfurtiana, bem como tecnófilas.

Muitas vezes, falta a uma o que sobra à outra. Aos neofrankfurtianos, uma compreensão mais interna da mídia – compreendida, interpretada e vivida por dentro, sob a perspectiva de quem produz (emissor). Aos apologistas da tecnologia, uma compreensão mais externa, desconectada, sob a perspectiva de quem recebe (receptor) e, hoje, também produz conteúdo – embora, na maioria das vezes, incompatível com aquele gerado pela mídia tradicional. Este é outro equívoco sobre o qual se deve refletir com parcimônia. Considerar o potencial *mass-médiatique* dos indivíduos, mesmo que em conjunto ou reunidos em grupos sociais, em patamar de igualdade com as corporações midiáticas soa como otimismo exacerbado. Apesar da ampliação dos *gatekeepers*, a esfera midiática clássica ainda detém a hegemonia da função de legitimação do debate público. Tanto que Umberto Eco – já nos últimos meses de vida, ao receber título de doutor *honoris causa* em comunicação e cultura na Universidade de Turim, na Itália – advertiu que especialistas filtrassem as informações da web, para conter o que denominou *legião de imbecis*. E completou de modo sarcástico: “O drama da Internet é que ela promoveu o idiota da aldeia a portador da verdade.” Não obstante o caráter agressivo e, talvez, eivado de algum preconceito academicista, a crítica aponta que a *liberação da emissão*, do *direito à palavra*, pode contribuir para ampliar as vozes na mídia, mas ainda está distante de ser a solução para a isenção e confiabilidade das informações, tampouco para a concentração de propriedade da mídia.

É manifesto que determinados segmentos, como a mídia impressa, passam por dificuldades, assim como as organizações do setor da comunicação como um todo estão buscando adaptar-se ao novo contexto social. E a lógica futura talvez seja mais sinérgica do que entrópica. Como as manifestações de junho de 2013 no Brasil, impulsionadas a partir das redes sociais e que foram expandindo-se em ritmo ainda mais acelerado à medida que ganhavam maior visibilidade na mídia tradicional. Esta, por sua vez, foi impelida a seguir acompanhando a evolução do movimento na medida em que crescia.

A ideia de que há uma conspiração manipulatória enraizada nos produtos e espaços midiáticos joga numa vala comum tanto as posições antidemocráticas e antirrepublicanas já tomadas por organizações de mídia quanto os processos emancipatórios e de ampliação do debate público promovido no âmbito dos *media*. Por outro lado, a euforia tecnológica e ciberdemocrática, muitas vezes, confere ao campo da comunicação midiática um status de poder paralelo e autônomo, desconsiderando que se trata de uma autonomia delegada – pelos indivíduos e por outros campos sociais. Desta forma, também jogam uma nuvem de poeira frente aos dilemas da midiatização crescente do espaço público contemporâneo, como se os efeitos disso fossem presumidamente favoráveis à democracia e à cidadania. Nesse aspecto, concordamos com Innerarity (2013, p. 18): “As pessoas que transformam as sociedades são os moderados, não os radicais.”

Com efeito, a noção clássica de espaço público não corresponde mais às características e desafios desta sociedade global-mediatizada. Ao mesmo tempo, a própria dinamicidade das transformações e convulsões vividas no âmbito do espaço público contemporâneo dificulta a tarefa de interpretá-lo sociologicamente, particularmente no tocante à sua interface com os *media*. Fato é que se trata de uma relação estreita, num espaço-tempo que impõe um *ethos* distinto à vida pública, fortemente ancorada pelos processos de mediação midiática. As mudanças sociais em andamento dependem de uma prática reflexiva que repense esta ambiência sociocultural, evitando o que Cassirer (1994) pontuou, em sua analogia à teoria marxista, como um leito de Procusto³, “no qual os fatos empíricos são esticados para amoldar-se a um padrão preconcebido” (p. 40). Ou seja, ao invés de moldar a realidade à fôrma teórica, produzir-se análises e conceitos disruptivos que correspondam à realidade do novo espaço público.

Referências

- ADORNO, T. **Minima Moralia**: reflexões a partir da vida danificada. São Paulo: Ática, 1992.
- ADORNO, T.; HORKHEIMER, M.. **A Dialética do Esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.
- BERMAN, M. **Tudo que é sólido desmancha no ar**: a aventura da modernidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1986.

³ Na mitologia grega, o leito de Procusto representa uma crítica aos dogmáticos, que desconsideram os limites impostos pela realidade, obrigando que esta se adéque aos seus imperativos morais. “Procusto é um bandido que assalta viajantes e os obriga a se deitar em seu leito de ferro. Caso a vítima seja maior que o leito, Procusto amputa o excesso de comprimento: se é menor, estica. Como nenhuma pessoa é exatamente do tamanho da cama, ninguém sobrevive.” (Silva, 2009, *online*)

- BUONANNO, M. Além da proximidade cultural: não contra a identidade, mas a favor da alteridade. Para uma nova teoria crítica dos fluxos televisivos internacionais. In: M. I. LOPES, **Telenovela: internacionalização e interculturalidade**. São Paulo: Loyola, 2004, p. 331-360.
- CASSIRER, E. **Ensaio sobre o homem**: introdução a uma filosofia da cultura humana. São Paulo: Martins Fontes, 1994.
- CASTELLS, M. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. 8 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- DA MATTA, R. **A casa & a rua**: espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil. 5 ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.
- ECO, U. **Apocalípticos e integrados** 6 ed. São Paulo: Perspectiva, 2004.
- FERRAZ, C. B. O estudo geográfico dos elementos culturais - considerações para além da Geografia Cultural. **Terra Livre**, v. 2, n. 29, 2007, p. 29-50.
- GIDDENS, A. **As conseqüências da modernidade**. São Paulo: Unesp, 1991.
- HJARVARD, S. Mídiação: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **Matrizes**, v.5. n. 2, 2013, p. 53-91.
- INNERARITY, D. Daniel Innerarity: as pessoas que transformam as sociedades são os moderados. Entrevistadora: B. Reis. **Público**. Lisboa: Público, 15 set. 2013, p. 16-19.
- INNERARITY, D. **O novo espaço público**. Lisboa: Texto Editores, 2010.
- JENKIS, H. **Cultura da Convergência**: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- JUNHO - O mês que abalou o Brasil. Direção: João Wainer. São Paulo: TV Folha, 2014. 1 DVD (72 min), documentário.
- LEMOES, A.; LÉVY, P. **O futuro da Internet**: em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010.
- LÉVY, P. **Cibercultura**. 2 ed. São Paulo: Editora 34, 2000.
- LÉVY, P. **Conexão Planetária**. Rio de Janeiro: Editora 34, 2001.
- MANIN, B. As metamorfoses do governo representativo. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 10, n. 29, 1995, p. 1-24.
- MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 3 ed. São Paulo: Cultrix, 1971.
- MORIN, E. **Cultura de massa no século XX**: o espírito do tempo. 9 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997. (Volume I – Neurose)
- NOVARO, M. O debate contemporâneo sobre a representação política. **Novos Estudos Cebrap**, n. 42, 1995, p. 77-90.
- OLIVEIRA, F. Intelectuais, conhecimento e espaço público. **Revista Brasileira de Educação**, n. 18, 2001, p. 125-132.
- RIKER, W. H. **The strategy of rhetoric**: campaigning for the American Constitution. New Haven: Yale University Press, 1996.
- RODRIGUES, A. D. **Estratégias de comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1990.
- SENNET, R. **O declínio do homem público** - As tiranias da intimidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

- SILVA, J. C. **Princípios e dogmas: A ética e o leito de Procusto**. 2009. Disponível em Uol Educação - Filosofia: <http://educacao.uol.com.br/disciplinas/filosofia/principios-e-dogmas-a-etica-e-o-leito-de-procusto.htm>. Acesso em: 17 de maio 2016.
- THOMPSON, J. **A mídia e a modernidade**. Petrópolis: Vozes, 1998.
- THOMPSON, J. B. **O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia**. Petrópolis: Vozes, 2002.
- TOURAINÉ, A. **Crítica da modernidade**. Petrópolis: Vozes, 1994.
- VIRILIO, P. Entrevista com Paul Virilio. **América Depoimentos**. Entrevistadores: L. G. Santos; N. Beirão. Rio de Janeiro, São Paulo: Videofilmes, Companhia das Letras, 1989, p. 132-140.
- VIRILIO, P. **O espaço crítico: as perspectivas do tempo real**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.
- WILLIAMS, A. M. Mobilities and sustainable tourism: path-creating or path-dependent relationships? **Journal of Sustainable Tourism**, v. 21, n. 4, 2013, p. 511-531.
- FERREIRA, P. E. **Apropriação do espaço urbano e as políticas de intervenção urbana e habitacional no centro de São Paulo**. Dissertação de Mestrado, Universidade de São Paulo, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo. São Paulo: USP, 2007.
- ANDRADE, L. T.; JAYME, J. G.; ALMEIDA, R. Espaços públicos: novas sociabilidades, novos controles. **Cadernos Metrôpole**, n. 21, 2009, p. 131-153.
- XAVIER, M. M. **Espaços exteriores públicos**. Dissertação de Mestrado, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologia, Departamento de Urbanismo. Lisboa: ULHT, 2006.
- CARMONA, M. Contemporary Public Space: Critique and Classification, Part One: Critique. **Journal of Urban Design**, v. 15, n. 1, 2010, p. 123-148.
- DUNEIER, M.; HASAN, H.; CARTER, O. **Sidewalk**. New York: Farrar, Straus and Giroux, 2000.
- OLDENBURG, R. **The great good place: cafes, coffee shops, bookstores, bars, hair salons, and other hangouts at the heart of a community**. 3 ed. New York: Marlowe & Company, 1999.
- FONSECA, M.; TSAI, J.; ISHIHARA, K. A.; HONNA, P. Vamos Tomar um Café? Um estudo exploratório sobre as motivações do consumo em cafés. **Impulso**, v. 16, n. 39, 2005, p. 23-35.
- BANERJEE, T. The future of public space: beyond invented streets and reinvented places. In: M. CARMONA; S. TIESDELL (Eds.), **Urban Design Reader**, Oxford: Elsevier, 2007, p. 153-162.
- CARLOS, A. F. O turismo e a produção do não-lugar. In: E. YÁZIGI; A. F. CARLOS; R. CRUZ (Orgs.), **Turismo: Espaço, Paisagem e Cultura**. São Paulo: Editora Hucitec, 1999, p. 25-39.
- RODRIGUES, A. B. Espaços de turismo e de lazer urbanos - uma leitura geográfica. **Aportes y Transferencias**, v. 10, n. 1, 2006, p. 22-34.
- WENDEL, T.; CURTIS, R. Tolerância zero – A má interpretação dos resultados. **Horizontes Antropológicos**, v. 8, n. 18, 2002, p. 267-278.
- SHECAIRA, S. S. Tolerância zero. **Revista Internacional de Direito e Cidadania**, n. 5, 2009, p. 165-176.
- URBANIZED. Direção e produção: Gary Hustwit. Estados Unidos, Inglaterra, 2011. 16x9 HD Video (85 min), documentário independente.