

PUBLICIDADES: UM ARGUMENTO PRAGMATISTA¹

Daniel Cefaï²

RESUMO

A esfera pública é um conceito multiforme que se refere habitualmente ao espaço de comunicação e mediação entre Estado e sociedade civil. Para melhor compreender o significado deste conceito, Daniel Cefaï retorna à definição proposta por Jürgen Habermas em 1962. Desde então, seus críticos têm mostrado os limites desta definição, notadamente o fato de ter excluído ou marginalizado um certo número de opiniões, interesses e identidades de grupos minoritários nas sociedades burguesas dos séculos XVIII e XIX: afro-americanos, mulheres e trabalhadores. As pesquisas sobre gênero e, mais tarde, os estudos LGBT evidenciam o forte entrelaçamento de experiências e atividades públicas e privadas e as múltiplas formas de se engajar em discussão pública. Na última parte do texto, Daniel Cefaï volta à sociologia dos problemas públicos e apresenta algumas hipóteses ecológicas e pragmatistas (Dewey, Mead, Park, Follett) afim de propor uma linha alternativa de descrição e análise dos modos de constituição do público.

PALAVRAS-CHAVE

Esfera pública; Públicos e contrapúblicos; Sociabilidades; Habermas; Dewey; Pragmatismo.

¹ NdT: Traduzido por Márcilio Dantas Brandão e revisado por Julien Zeppetella a partir de CÉFAÏ, Daniel. *Publics et publicité : vers une enquête pragmatiste*. Politika 24-05-2017. Disponível em: <<https://www.politika.io/fr/notice/publics-publicite-enquete-pragmatiste>>. Acesso em: 02 dez. 2018. Vale ressaltar e agradecer os acréscimos e revisões feitos pelo autor à versão traduzida.

² Diretor de Estudos (EHESS-CEMS).

O que é a publicidade – não no sentido da publicidade do anúncio ou da propaganda, mas no sentido político de “ser”, “tornar ou tornar-se”, “fazer ou fazer-se” público? Os diferentes usos do adjetivo “público” já apontam a dificuldade dessa questão. A esfera pública é definida como um espaço de comunicação e mediação entre Estado e sociedade civil. O domínio público designa também a zona de controle da propriedade e do exercício da autoridade do Estado, por oposição ao mercado. A vida pública, ao contrário da vida privada, acontece em lugares abertos de sociabilidade, de encontros e reuniões; mas designa também para as feministas o mundo do trabalho e da rua, conquistado em contraposição ao confinamento das mulheres na esfera familiar ou doméstica. Os bens públicos apresentam um problema para os economistas neoclássicos no que concerne ao fato de seus bens serem coletivos e indivisíveis. O interesse público é oposto ao interesse particular, a utilidade pública à utilidade privada. Uma praça pública é um lugar acessível a todos, onde é possível circular, se mostrar e se expressar sem restrições. Uma conduta pública é visível por um público ao contrário de uma conduta escondida, secreta ou dissimulada em relação à atenção pública. Estas diferentes polaridades de sentido entre público/privado, Estado/mercado, trabalho/família, visível/secreto, acessível/reservado se entrecruzam na experiência que temos da publicidade. Aqui nos debruçamos sobre a ideia de “publicidade” como ela foi tematizada inicialmente nos trabalhos acerca do *Öffentlichkeit*³ (HÖLSCHER, 1978) – literalmente “o fato de ser aberto”, cujas traduções em termos de “esfera pública” ou “espaço público” tem certamente congelado por meio de uma espacialização do conceito.

³ NdT: A palavra é habitualmente vertida para o português sob o termo “público”, tal como no trabalho de Habermas (1962), originalmente intitulado *Strukturwandel der Öffentlichkeit* – que tem uma tradução possível nas ideias de “mudança da estrutura do público” e “dinâmica do público”.

Da Esfera pública à virada discursiva: contornos de um campo de pesquisa

Na esteira de Habermas, pesquisas sobre públicos e contra-públicos têm sido desenvolvidas por historiadores, filósofos e sociólogos, dando corpo e mostrando a variação geográfica e cronológica dos critérios do público e do privado como formas de experiência e como operações de categorização. Isto é, antes de tudo, uma concepção discursiva do público que se impôs e encontrou sua expressão mais forte nas pesquisas sobre democracia deliberativa, mesmo que tenha sido – de certo modo – enquadrada pela consideração de outros fatores sociais e institucionais.

O uso público da razão e a gênese da esfera pública: Habermas e os historiadores

A obra fundadora de Habermas, publicada em 1962, foi traduzida para o francês sob o título “O espaço público. Arqueologia da publicidade como dimensão constitutiva da sociedade burguesa”⁴. Este trabalho foi precedido pelas interrogações de Hannah Arendt, em 1958, em “A condição humana”, onde ela apontava um “espaço público do aparecer”, ligado à práxis política, ação livre, não degradada fabricação de objetos materiais ou em trabalho destinado à reprodução da vida. Na linha de sua investigação sobre os regimes totalitários, Arendt remontava à Grécia Antiga para identificar no regime da palavra da cidade ateniense aquilo que ela acreditava ser a condição de possibilidade de uma ação política (ARENDT, 1961 [1958]). O final dos anos 1950 pareceu um momento-chave, pois Reinhart Koselleck também publicou, quase simultaneamente, seu “O reino da crítica”. Esta obra retrata a história do modo com que o Estado absolutista impôs sua soberania nos séculos XVII e XVIII contra a crítica moral de seus súditos, a

⁴ NdT: Em francês: HABERMAS, Jürgen. *L'Espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*. Paris: Payot, 1978 [1962].

qual contribuiu para enfraquecer e desestabilizar a ordem política (KOSELLECK, 1979 [1959]).

Em seu livro fundador, Habermas retoma e amplia esta perspectiva, mas revertendo o sentido dela (HOHENDAHL, 1995). Perseguindo o gesto de Hans Speier (1950), ele propõe uma genealogia filosófica do princípio de publicidade que remonta à proposição kantiana de usar publicamente a razão como “método da Aufklärung”. Habermas, consoante ao projeto iluminista de modernidade, recorre a este princípio como categoria normativa para a crítica política e como modelo analítico aplicável à mudança histórica.

No plano da crítica política, Habermas se situa, por um lado, no prolongamento das pesquisas da “Escola” de Frankfurt, mas também rompe com elas, fazendo emergir um sujeito retórico: a “opinião pública” e uma rede de categorias, atividades e instituições que a sustentam, impondo uma reavaliação da dialética da razão. De fato, a fixação desta nova crença na existência de uma “opinião pública” não é somente ideológica, mas assinala uma ruptura na instituição da ordem política e avança concomitante ao exercício da discussão racional de públicos burgueses esclarecidos, que não buscam tanto tomar o poder, mas criticar seu caráter arbitrário, secreto e de “direito divino”. Por outro lado, Habermas reconstrói um modelo analítico de esfera pública investigando pesquisas de historiadores em diversos campos empíricos – economia; direito; jornalismo; história da arte, das eleições, das instituições sociais ou da vida privada. Ele convida a uma história comparada da gênese de um espaço público, entre ascensão e queda, entre Estado e sociedade, na França, na Inglaterra e na Alemanha a partir do séc. XVIII.

A obra se tornou um clássico, mesmo que tenha precisado esperar até 1978 para ver uma tradução em francês e ainda mais onze anos para uma tradução em inglês. Por

mais contestadas que tenham sido algumas de suas teses, “A Esfera pública” (Habermas, 1962) fecundou vários programas de pesquisa que, ainda que tenham retificado a montagem de certos fatos sobre os quais o autor havia se apoiado, não deixaram de corroborar sua tese sobre a opinião pública (DAMME, 2011; ROSPROCHER, 2012). Vários estudos se dirigiram a cafés, clubes e salões em que se comentavam as notícias e se conversava de acordo com os ritos de sociabilidade próprios a cada meio social – a “arte da conversação” e o “espírito de sociedade” podiam apoiar uma “política mundana” (LILTI, 2005). Outros tematizaram diferentes lugares de discussão, igualmente exclusivos e seletivos, como lojas maçônicas ou câmaras provençais⁵ (AGULHON, 1968 e 1970). O lugar de Parlamentos na resistência à Corte foi um tema investigado, assim como a história de sociedades científicas e academias literárias. Publicações diversas, petições, *mazarinades*⁶, fofocas e rumores, jornais e revistas, trocas epistolares, canções populares, assim como a literatura de *colportage*⁷, do séc. XVI ao XIX, foram investigadas e úteis para a descrição dos múltiplos canais e suportes, escritos e orais, da fala pública (FARGE, 1992). Estas pesquisas restituíram o desenvolvimento de uma trama de instituições (editoras, livrarias, bibliotecas, órgãos de imprensa, teatros e casas de espetáculos, gabinetes de curiosidades e, mais tarde, museus...) em torno das quais se formaram progressivamente diferentes públicos, tipos de publicidade e gêneros de publicação (JOUHAUD, VIALA, 2002).

⁵ NdT: As câmaras provençais, segundo Agulhon, eram um tipo de “clube” privado ou semi-público, típico da sociabilidade da região da Provença (sul da França), onde se reúnem homens, geralmente das camadas desfavorecidas, para conversar sobre política, comer e beber.

⁶ NdT: As *mazarinades* eram publicações que criticavam o Cardeal Mazarin que, à época da Guerra Franco-Espanhola (1635-1659), teve importante papel na administração francesa, sobretudo após a morte de Louis XIII (em 1643) e a minoridade de seu sucessor Louis XIV.

⁷ NdT: A primeira forma de literatura dita “popular” na Europa. Impressa em papel de baixa qualidade, geralmente ilustrada, assemelha-se à “literatura de cordel” no Brasil. A denominação francesa decorre do fato deste tipo de obra ter sido bastante comercializado por vendedores ambulantes (*colporteurs*).

No final das contas, pintou-se uma vista panorâmica remontando à Idade Média (BOUCHERON, OFFENSTADT, 2011) mostrando lugares de invenção da modernidade política, estética, literária e científica. Ademais, nos anos 1980-1990, esta história dos públicos virou um campo de batalha entre história social e história cultural. O princípio de publicidade relevava da inovação conceitual ou da mutação sociopolítica (BAKER, CHARTIER, 1994)? Na esteira da interpretação da Revolução Francesa, por François Furet, seria preciso investigar a invenção de uma nova ordem simbólica e de um regime de discurso político inaugurado pelas Revoluções atlânticas ou, por outro lado, seria necessário relatar as novas normas do belo, do verdadeiro, do correto e do justo e suas pretensões de universalidade aos ambientes sociais, mercados econômicos e dispositivos técnicos que lhes tornaram possíveis?

A resposta dos “contra-públicos”: mulheres, negros, proletários

Nos Estados Unidos, as feministas logo questionaram a visão de Habermas. Em 1990, um artigo de Nancy Fraser, que teve uma bela posteridade, sintetiza muito do que estava em jogo nesta discussão (FRASER, 1990). Contra a ideia de uma neutralização das diferenças de gênero, de *status* ou de raça, ela destacou a ausência de certas categorias de pessoas na esfera pública. O ideal de universalidade, igualdade e liberdade era, segundo ela, apenas uma fachada para relações de dominação, exclusão e discriminação. Contra o escopo emancipador da discussão livre e racional, ela lembrou que havia uma incapacidade da esfera pública de considerar um certo número de opiniões, interesses e identidades: o traçado do perímetro da política anti-absolutista mantinha a exclusão de pessoas julgadas incapazes, temas de discussão considerados impertinentes e reivindicações de direitos insuportáveis para a nova classe política. Assim, pesquisas

foram concentradas sobre esta ausência de mulheres e proletários dos círculos de discussão reservados a homens burgueses (CALHOUN, 1992; HABERMAS, 1992 [1990]) – sociedades, clubes, cafés e salões, tidos como principais lugares da fala pública.

Nesta mesma direção, a etapa seguinte tratou de desenterrar “públicos” proletários e femininos, que estavam situados à margem do corpo dos indivíduos que eram considerados cidadãos e constituíam supostamente o “público burguês”. Estes públicos proletários e femininos passaram despercebidos aos olhos dos pesquisadores. Houve uma precoce ofensiva teórica de Oskar Negt et Alexander Kluge, que, na Alemanha dos anos 1970, tentaram apontar uma “esfera pública proletária” (NEGT, KLUGE, 1993 [1972]) e depois a literatura sobre os contra-públicos explodiu na virada dos anos 1980-1990. O surgimento de uma reflexão nos eixos da classe e do gênero encontrou rapidamente um eco no quesito da raça: os trabalhos se multiplicaram nos Estados Unidos para identificar os locais de uma “esfera pública negra” (COLLECTIVE, 1995). Na França, enquanto uns se despediam do proletariado e outros mantinham a nostalgia das “classes populares”, ao final dos anos 1970 e início da década de 1980, operou-se uma convergência entre as pesquisas sobre a emergência dos novos movimentos sociais e a implantação de uma “nova sociedade civil” (COHEN, ARATO, 1992; HABERMAS, 1997 [1992]) – uma temática que seria logo confortada pelos numerosos acontecimentos que abalaram a China, a América Latina e a Europa oriental. A batalha dos contra-públicos foi um novo episódio desta história.

A topologia que foi elaborada é a de uma “esfera pública” predominantemente “masculina, branca e burguesa”. Em torno dela, outras esferas públicas continuam não sendo reconhecidas pelas elites, pelos meios de comunicação e pelos intelectuais porque escapam dos radares dos saberes oficiais. Estas são mantidas sob um estatuto subordinado

por relações ideológicas de ocultação, de hegemonia cultural ou de dominação simbólica, de acordo com a filiação reivindicada a Marx, Gramsci ou Bourdieu. Há um sentido coletivo de resistência, crítica e rebelião difícil de decifrar, porque essas práticas se manifestam em contextos de experiência estranhos aos detentores da “autoridade cultural” e do “poder simbólico” e também porque se expressam em “transcrições ocultas” (*hidden transcripts*) (SCOTT, 2009 [1990]) por meio de “códigos alternativos” (MELUCCI, 1996). Num processo de globalização que abalou a vida intelectual, os estudos subalternos, importados do sub-continente indiano, enriqueceram estas reflexões. Os qualificativos “marginal” e “subalterno” se generalizaram para designar os “contra-públicos”. Neste contexto, Michael Burawoy, retomou a postura radical de Charles Wright Mills, que herdou uma palavra de ordem progressista e pragmatista, convidando a uma “sociologia pública” (BURAWOY, 2005).

Nesta área de pesquisa, a problemática da esfera pública se sobrepôs às “políticas da identidade e da diferença” e incorporou uma visão gramsciana das “lutas de poder”. As desigualdades e assimetrias sociais, sexuais e raciais – assim como os modos de controle e censura pelo Estado e pelo mercado – chamaram atenção da mesma forma que as “distorções nos processos de comunicação”, os bloqueios ao acesso ao processo político e as situações de submissão à oferta de mensagens midiáticas ou as incapacidades devidas à escassez de tempo, à falta de educação ou à cegueira ideológica. Enfim, os trabalhos desenvolvidos nesta direção diferenciaram as esferas públicas, ligando-as às comunidades de vida e de sentidos preexistentes.

É claro que este último ponto é problemático. Os pesquisadores parecem estar sob o mesmo paradoxo dos atores que estudam: refletindo sobre o caráter gerador destes movimentos, eles são tentados por uma determinação social dos públicos, feminilizando

ou racializando-os. A mesma questão se coloca para o que tem sido chamado de “espaços livres” (*free spaces*), enclaves onde pessoas do mesmo tipo discutem livremente (por exemplo, os grupos feministas de conscientização) (EVANS, BOYTE, 1986). Contudo, seria ilusório atribuir fronteiras positivas a estas zonas de liberdade coletiva. O que é dito e feito nestes espaços de pares é destinado, de modo oblíquo ou declarado, a outros públicos, ao Estado, aos meios de comunicação, a outros movimentos sociais – ao público em geral. Em outras palavras, estes contra-públicos são abertos; eles frequentemente só são exclusivos devido a outra exclusão mais forte que é sofrida por seus membros – o que é ainda mais verdadeiro quando se trata de uma luta contra a pseudo-publicidade mortífera, panóptica e repressiva dos regimes autoritários. O que deve se pensar é, em suma, a dupla relação de enraizamento nos meios sociais e culturais, por um lado, e de arranchamento a eles, na dinâmica de publicização. Do contrário, a noção de público seria inútil.

Ademais, tudo se joga no “contra” do contra-público. O que há nisso aí? Sem dúvida, há um indício de tomada de consciência dos processos de desapropriação de si e de atomização das experiências, impotência institucional, alienação cultural e amnésia coletiva contra os quais lutam muitos movimentos sociais. Porém, há também estratégias de protesto e de organização muito diferentes. A partir dos movimentos negros estadunidenses, Catherine Squires propôs uma tipologia – uma entre tantas possíveis – distinguindo “públicos encravados”, “contra-públicos” e “públicos satélites” (SQUIRES, 2002). Os “públicos encravados” reúnem membros que se escondem, fazem jogo duplo e usam códigos secretos (os cantos dos escravos negros no Sul segregacionista) para escapar às sanções organizando uma resistência clandestina (a rede de ajuda a fugitivos, o *Underground Railroad*) – isto é mais uma espécie de proto-públicos, de coletivos que

paradoxalmente não podem agir em público, apesar de tentar! Os “contra-públicos”, por sua vez, recorrem a uma paleta mais ampla de repertórios de protesto e se confrontam abertamente com seus adversários em debates públicos, não sem sofrer reações de paternalismo ou recuperação, de ameaças, censuras, ou desqualificação (o movimento dos direitos cívicos dos anos 1960). Por fim, os “públicos satélites” assumem seu caráter alternativo e não querem assumir compromissos nem alcançar reconhecimento da parte de seus adversários; eles produzem sua própria organização, retórica e imagem sob o risco de se colocar na auto-segregação (*Nation of Islam*).

Na continuidade das investigações sobre públicos midiáticos e políticos (CEFAÏ, PASQUIER, 2003), poderíamos ainda explorar pesquisas recentes sobre a internet e as “novas tecnologias da informação e da comunicação” (blogs, listas eletrônicas, redes sociais ou mídias alternativas) para considerar o que é o “contra” dos contra-públicos midiáticos. Dominique Cardon e Fabien Granjon, por exemplo, distinguiram as plataformas de informação crítica ligadas aos critérios clássicos da pesquisa jornalística dos espaços de experimentação estética e política que, sob uma ótica de ruptura com os espaços públicos oficiais ou críticos, pretendem criar novos formatos e padrões de informação (CARDON, GRANJON, 2010). A multiplicação das figuras do “contra” nos levaria sem dúvida nenhuma a reinterrogar esta categoria que pode tão bem englobar ação direta quanto desobediência civil, empresa autogestionária e rede cooperativa, *happening* radical e edição subversiva, resistência estética e crédito solidário... com graus de formalização, centralização, hierarquização e institucionalização, capacidades de invenção de práticas alternativas, de organizações sociais e de formatos culturais, assim como modalidades de ruptura ou integração ao mercado ou ao Estado, uma grande

variedade enfim [como demonstraram Emirbayer e Sheller (1999) na espécie de topologia e tipologia que traçaram].

O aporte do feminismo: o privado e o público como formas de experiência e operações de categorização

Todas as questões não tematizadas por Habermas complexificaram a visão do público. Mas a potência crítica do conceito de publicidade se desvaneceu ao ponto de se perder. A exigência de universalidade das discussões públicas foi perdida na materialidade dos interesses e das forças presentes. Hoje não é mais raro que “contra-público” seja um substituto para “movimento social de oposição”. A pesquisa de “contra-poderes” do protesto coletivo equivaleria à interrogação sobre o público. A oposição dos públicos “dominantes” e dos contra-públicos “dominados”, “subalternos” ou “alternativos” se tornou um equivalente funcional da velha luta de classes. Ao invés de denunciar a categoria “publicidade” como uma ficção ideológica ou, do contrário, defendê-la como um requisito político – duas atitudes legítimas de acordo com os casos em que se passam no mundo cívico – vejamos os usos que podemos fazer desta categoria.

Um primeiro ponto passa pela pesquisa dos múltiplos sentidos que as categorias do público e do privado assumem em contextos diferentes. Estes deslizamentos semânticos entre as qualificações de espaços, interesses, bens ou condutas, serve-nos de preâmbulo (WEINTRAUB, 1997). Não existe uma esfera do privado que seja radicalmente oposta à do público. De resto, no modelo inicial de Habermas, elas se desdobram (de um lado em esferas estatais e da Corte, de outro, em esferas do mercado e da família) antes de se hibridizar em uma esfera pública burguesa que periclita entre o controle social e a aclamação política, submetidas à dupla distorção da intervenção estatal

e da colonização mercantil. Esta topografia já aponta os múltiplos entrecruzamentos e superposições que estas ordens de experiência e ação podem ocasionar, assim como as ambivalências, divisões, dissimulações e instrumentalizações de que a categoria “público” pode ser alvo (GOODMAN, 1992).

Poderíamos levar a pesquisa adiante apontando, com as feministas, a instabilidade das fronteiras morais da vida cotidiana e sua constante renegociação nas relações interpessoais ou nas “transações íntimas” (LANDES, 1998; ZELIZER, 2001). As pesquisas sobre a distribuição espaço-temporal das experiências do privado e do público no âmbito do lar ou sobre as mudanças na divisão das tarefas domésticas ou profissionais no capitalismo avançado se inscrevem igualmente nesta perspectiva (SMITH, 1971; HOCHSCHILD, 2001). Também pensamos nos importantes programas de pesquisa coletiva de longa duração acerca da “História da vida privada” (ARIÈS, DUBY, 1982-1985) ou da “História das mulheres no Ocidente” (DUBY, PERROT, 1991-1995), que evidenciaram variações destas categorias segundo os meios e as épocas. Ou ainda podemos destacar as biografias de mulheres, empreendedoras ou ativistas, que recolocaram em questão o estatuto doméstico ao qual foram circunscritas e se engajaram na vida pública (DEEGAN, 1988).

De fato, a relação entre o privado e o público está no centro das transformações às quais estão submetidas todas as dimensões da vida cotidiana, de modo acelerado a partir dos anos 1960. A vida familiar foi tratada como privada durante dois séculos, mas desde o momento em que ela deixou de parecer natural, que as relações de subordinação que a atravessam passaram a ser percebidas, e que se formou um público para denunciá-las, a divisão assimétrica das tarefas domésticas ou a violência dos homens contra as mulheres e crianças se tornaram questões públicas. Arenas públicas foram formadas em

torno de reivindicações políticas e jurídicas e, mais radical ainda, sensibilidades morais foram transformadas. Emergiram novas provações de si e dos outros, enquanto se criticava identidades e relações de gênero. Esta nova cartografia das experiências ordinárias é indissociável da instituição de agências sociais e de dispositivos policiais e jurídicos que ganharam um direito de controle, em nome do público, sobre questões familiares. A experiência “pessoal” das mulheres em relação a seus próprios corpos, à sua relação com os homens, à sua liberdade de parir, à sua autonomia profissional e ao planejamento do futuro amadureceram à prova de batalhas “públicas” por creches, contracepção e aborto. As linhas divisórias do privado e do público foram deslocadas.

Adotando uma abordagem ainda mais contextual, a instabilidade das categorizações do público e do privado fica mais sensível. Numa mobilização coletiva, o sistema de coordenadas do gênero pode se desfocar. A longa greve de Clinton Corn interrompeu as relações de autoridade entre patrões, executivos e operários, acabando por alterar as divisões instituídas entre condutas públicas e privadas assim como as prerrogativas ligadas ao masculino e ao feminino. As mulheres precisaram ganhar o pão de cada dia e os homens também passaram a cuidar de casa, revertendo o gênero do público e do privado (FANTASIA, 1988). Esta oposição se complica ainda mais quando passamos a pensar em termos de engajamentos e não mais de esferas. O engajamento no público pode passar por vias não-públicas do âmbito do trabalho, da urbanidade, do consumo, dos esportes, das famílias, das igrejas e dos lazeres.

A distinção entre público e privado não tem nada de fixo por essência, mas se modula em relação ao tipo de engajamentos em situação. Portanto, não existe uma esfera pública que seja um domínio especializado, bem circunscrito (oposto à esfera doméstica), tido por homens (opostos a mulheres) ou por profissionais (opostos aos profanos).

Participa-se da esfera pública desde que se compartilha certas formas de experiência e se projeta certos planos de ação – deixando inativas, em segundo plano, outras capacidades. As atividades, os lugares e as relações não são públicos em si: tornam-se públicos e deixam de o ser em função dos engajamentos que lhes animam.

Uma concepção discursiva da razão pública. E daí?

Este conjunto de pesquisas feministas é ainda mais interessante quando ultrapassa o quadro de uma análise discursiva no sentido restrito (GAL, 2004) para descrever ordens de interação ou contextos de vida cotidiana. No entanto, uma acepção da publicidade, em termos de justificação através de processos de argumentação, diálogo ou comunicação continua predominante nos dias de hoje entre filósofos e cientistas políticos que se interrogam (enquanto herdeiros de Rawls, Habermas ou Elster) sobre a democracia deliberativa. Assim, a força normativa da razão pública pode ser ligada à produção de argumentos tidos por universais porque são rigorosamente racionais em seus pressupostos e nas suas formulações. Ela pode ser imputada à conformidade a condições procedimentais que garantem que as trocas comunicacionais são orientadas pelo bem público e não pelo interesse egoísta, e que eles respeitam regras equitativas do jogo. Em outras palavras, o público é um negócio de indivíduos racionais e razoáveis que aderem a uma mesma concepção da razão pública e se entendem sobre as “premissas” de uma justificação pública de valor universal ou sobre os “procedimentos” a seguir para formar argumentos aceitáveis.

Outra possibilidade é a força normativa desta razão pública derivar da legitimidade expressiva de reivindicações coletivas que, desde que não sejam impostas pela violência, manifestem necessidades, interesses ou identidades que foram reduzidos

ao silêncio, ignorados ou reprimidos. Vozes resistentes se fazem ouvir pelo público. Elas tomam a forma de narrativas históricas ou testemunhos pessoais e frequentemente se ligam mais ao cinema, à música, a romances e poesias que ao debate público. O critério da autenticidade expressiva prevalece sobre o da validade argumentativa. Um lugar mais importante é concedido à imaginação e à emoção neste tipo de reivindicação própria a uma política de reconhecimento de grupos subalternos (TAYLOR, 1994).

A revista *Public Culture* difundiu este tipo de publicidade expressiva que descentralizou a concepção clássica da publicidade – nascida na Europa e nos Estados Unidos – para meios diferentes de fazer o bem público ou de se referir a ele. Outros arranjos comunitários e institucionais apareceram, mediatizados por outros dispositivos dramáticos, retóricos ou narrativos – tais como as improvisações do teatro do oprimido que floresceu na América do Sul (BOAL, 1977) ou os sofisticados jogos de transgressão pelo humor na Síria de Assad (WEDEEN, 1999). A própria palavra “público” nem sempre está disponível em outras línguas que buscam em sua própria história os meios para inventar um vocábulo que dê conta de alguns contexto de experiência e de atividade, como no caso da China com suas demandas, reclamações e solicitações direcionadas a um Escritório de Cartas e Visitas que emprega tanto a linguagem do Direito quanto à da ideologia comunista, da herança maoísta ou da cultura popular (LINSHAN, THIREAU, 2010).

O espaço público é então concebido como lugar de troca de argumentos racionais, de circulação reflexiva de discursos, de expressão de identidades coletivas ou de formação de uma opinião pública. Outros trabalhos deslocaram a investigação dessas questões de validade e autenticidade para a determinação de um espectro de possibilidades de enunciação do discurso público. A mais conhecida na França tem sido a sociologia das

cités (BOLTANSKI, THÉVENOT, 1991). Neste contexto, as justificações públicas só são recebíveis, no sentido de serem compreensíveis e aceitáveis, se corresponderem a uma “gramática do bem falar em público” (CARDON, HEURTIN, LEMIEUX, 1995). Esta abordagem deu lugar a tentativas de comparação internacional, particularmente com a Rússia e os Estados Unidos (LAMONT, THÉVENOT, 2000). Outra via foi proposta por Joseph Gusfield, em sua análise cultural do problema pública de beber e dirigir. Ele evidenciou repertórios dramáticos e retóricos da “cultura dos problemas públicos”. Colocando entre parênteses o valor de verdade dos enunciados científicos e a perspectiva instrumental das ações públicas, Gusfield tratou medidas jurídicas e políticas como ritos e saberes relativos ao álcool e à direção automobilística como mitos (GUSFIELD, 2009 [1981]). Nesta perspectiva irônica, a arena pública se torna o produto de atos de comunicação: o público se cria na realização de performances e na proliferação de argumentos destinados a restaurar a ordem pública ameaçada por um problema. A determinação de versões de realidade não releva tanto de uma atividade de deliberação, pesquisa e experimentação quanto de designação de um bode expiatório e desfecho de uma crise simbólica. As operações da política pública, da ciência e do direito reiteram a inteligibilidade, a racionalidade, a estabilidade e a previsibilidade dos mundos sociais.

Todas estas pesquisas têm dado uma grande atenção aos processos de discussão pública e suas diferentes modalidades de existência. Elas oscilam entre a versão pluralista e cooperativa da “publicidade deliberativa” proposta por James Bohman (1996) e a versão da “publicidade balística” de Francis Chateauraynaud (2011), passando por toda sorte de variantes liberais, republicanas e comunitaristas do debate público. Elas navegaram em um espaço de possibilidades entre uma “publicidade dialógica”, visando à compreensão intersubjetiva através de interações consideradas conformes ao bom senso, e uma

“publicidade agonística” da “guerra cultural”, com suas imagens de irreconciliação de valores. Elas deslocaram o cursor de uma publicidade argumentativa a uma publicidade expressiva a serviço do reconhecimento de identidades negadas, direitos reclamados ou erros sofridos; eventualmente, elas se restringiram a uma análise gramatical da justificação pública ou promoveram uma leitura de teor dramático ou de retórica da ordem pública. Mas o fato é que todas elas se juntam no diagnóstico de uma “virada discursiva” nas pesquisas sobre o espaço público. No entanto, a compreensão da vida dos públicos não passa apenas por operações discursivas, mas também por ações que lhes inserem em ecologias: transformar os “meios de vida” envolve muito mais que discutir sobre o que é bom, verdadeiro ou justo.

Ecologia e pragmatismo: um outro olhar sobre a publicidade

Na segunda parte deste texto, pretendo abordar alguns elementos de determinação do público que vão além da concepção discursiva. O retorno ao pragmatismo de John Dewey, George Herbert Mead ou Mary Parker Follett e à constelação de autores progressistas que pensavam acerca de uma nova política nos anos 1890 a 1920, nos Estados Unidos, está no centro desta abordagem. O público é retrçado de modo “ecológico e processual”, como vida coletiva de um organismo crescente, indagando e experimentando ao mesmo tempo que vai engendrando novos ambientes e, em contraponto, novas experiências, relações, interesses e identidades. Nesta perspectiva pragmatista, a transformação dos meios de publicização⁸ engloba o intercâmbio de discursos sobre o bem público.

⁸ Aqui, a expressão “meios de publicização” se refere à ideia de “meios ambientes”, no sentido de uma “ecologia dos públicos” (CEFAI, 2017).

O público se auto-constitui em dinâmicas de problematização e publicização: problemas, identidades e interesses

Voltando à definição de público por Dewey (2010 [1927]), em seu livro “O público e seus problemas”, recuperamos a ideia de que o público se forma em uma dinâmica coletiva de associação, cooperação e comunicação em torno de uma situação problemática. Ele é formado por pessoas ou grupos que se sentem afetados por consequências nefastas de uma ação ou de um acontecimento e – mesmo aquelas que não estão diretamente expostas – procuram conhecer, limitar, reduzir, controlar, regular ou suprimir tais consequências. Esta definição, à primeira vista, pode parecer inofensiva, mas teve um potencial que Dewey não podia nem suspeitar na época em que escreveu esta sua resposta a Walter Lippmann (1922 e 1925).

Um primeiro ponto, crucial, é que o público se auto-constitui através da dinâmica coletiva que ele engendra. O público não é uma “comunidade de interesses ou de identidades” cujos membros se solidarizam porque partilham as mesmas condições e disposições sociais. Ele sensibiliza e mobiliza, envolve e engaja, une e coaliza. Ele faz mudar de estado, cria novos “interesses” e impulsiona novas formas de sociabilidade e de solidariedade, agrupando novos coletivos em torno de bens, reais ou ideais, aos quais seus membros se ligam e pelos quais se encorajam a se associar, entendendo-se ou a disputando. O público cria novas “identidades”, dando visibilidade a novos coletivos, inscrevendo-lhes em novas ordens dramáticas, retóricas e narrativas pelas quais emergem novos alinhamentos de organização e novos sentimentos de pertencimento. Estes interesses e identidades não são “objetivamente determinados”: eles se formam ao longo da dinâmica de publicização (HAUSER, 1999; WARNER, 2002).

Em outras palavras, o raciocínio habitual deve ser invertido. Não é a condição das mulheres que lhes conduz à revolta e ao protesto; mas quando se colocam a questionar o que vivem, o regime de naturalização (de *l'allant de soi*) que indexa suas experiências ordinárias, descobrindo os traços comuns até então despercebidos em suas próprias vidas, as situações que passam a avaliar como inaceitáveis e sobre as quais produzem suas próprias descrições e interpretações, é que elas percebem a existência de uma condição das mulheres e a avaliam como inaceitável. Elas fazem um uso público da razão crítica, exercem suas capacidades de sentir, de se indignar e de imaginar conjuntamente. Elas passam de uma categorização em pessoa a denúncias e reivindicações em público. Elas desenvolvem meios retóricos, institucionais, legais e políticos para fazer com que escutem suas vozes e respeitem seus direitos. É nesta dinâmica coletiva que algo como uma “condição”, um “interesse” ou uma “identidade” das mulheres pode se cristalizar.

Ademais, o próprio do público é fazer emergir seus públicos (auditórios/plateias), suas questões, seus campos e frentes de batalha. Ele modela formas de experiência, pontos de tensão e interrogação; abre fóruns de discussão, campos de pesquisa, terrenos de experimentação. Ele não é redutível ao que existia anteriormente, mesmo que se transporte – de modo mais ou menos claro para aqueles que lhe integram – interesses e identidades pré-existent em outras arenas públicas e em outros mundos sociais. Ele não para de reagenciar ambientes de vida nem de reorientar formas de ver, dizer e fazer para aqueles a quem toca. Ele emerge de si mesmo.

Neste sentido, o público deve ser pensado mais em modo verbal que substantivo: ele é um “fluxo” ou um “processo de publicização”. Ele se desdobra, estabiliza e às vezes se retrai em configurações de atores – individuais, organizacionais e institucionais – que contribuem em determinados momentos para a definição e compreensão de problemas

públicos. Ele não pode ser a propriedade de um gênero, de uma classe social ou de um grupo racial, de uma comunidade local ou de nenhuma organização que represente interesses profissionais, religiosos, econômicos ou políticos... Ele promove o contato de desconhecidos e se abre a qualquer um que se preocupa com um bem comum, mesmo se de fato existam sempre direitos de acesso a pagar e algumas modalidades insidiosas de exclusão; ele se dirige também a públicos que estão além do escopo das categorias sociais diretamente envolvidas em seu propósito, categorias das quais ele pode esperar uma simpatia máxima. Porém, há uma relativa contradição em crer que um público pode ser exclusivamente proletário, negro ou feminino, pois ele sempre excede o que já está socialmente instituído. O que liga seus membros não é uma propriedade social nem uma condição material, mas a comunidade que se preocupa e se engaja acerca de um problema (*common concern*).

O público como matriz geradora de configurações de relações: dos ajuntamentos às redes

No entanto, esse deslocamento traz uma dificuldade: desde que abandonemos uma perspectiva estática de identidades pré-existent e supostamente estáveis, como podemos apreender o público? Onde e quando observá-lo e descrevê-lo? Por quais métodos reconstruí-lo? Assinalemos algumas pistas de pesquisa que tentam mostrar públicos no espaço e no tempo.

O grau zero da publicidade estaria no ajuntamento público (*public gathering*), no sentido descrito por Erving Goffman (2013 [1963]). Transeuntes, desconhecidos uns aos outros, quando se encontram em um lugar chamado de “público”, experimentam as circunstâncias de verem e serem vistos, o pluralismo dos hábitos, dos usos e costumes, o

que gera uma experiência primária da publicidade urbana (JOSEPH, 1998). Esta publicidade advinda da ordem da interação pode ser orientada a um foco comum de atenção e colocada ao serviço do protesto público, principalmente em ocupações, comícios e manifestações. Então, o público nasce do ajuntamento em co-presença e a publicidade política se encarna aqui e agora em formas sensíveis. Esses públicos em ato são interessantes para serem estudados, não só como multidões simbólicas (encarnação do povo ou da nação) ou como multidões estratégicas (potência de expressão de uma reivindicação), mas também como forma de “dissociar” a experiência de seus integrantes dos esquemas de relações e dos quadros de compreensão que operam ordinariamente em seus mundos sociais. Eles criam zonas “liminares”, “intersticiais” ou “transicionais” (WHITE, 1995) em que se engendram formas de experiência, interação, organização, discursos e identidades não-congruentes com as que já existem.

Algumas pesquisas estadunidenses sobre “práticas cívicas” mostraram a fragilidade ou a ambivalência destas interações, face a face ou lado a lado, inspiradas pelo bem público. Nina Eliasoph (2010 [1997]) e Paul Lichterman (1996) descreveram, de modo etnográfico, como os públicos e seus problemas nascem de conversas entre membros de associações, sem escapar dos paradoxos relativos à apresentação de aspectos privados na enunciação pública, nem do entrelaçamento de motivos religiosos e psicoterapêuticos da “política pessoal”. Do outro lado do espectro, há ajuntamentos públicos que podem ser institucionalizados e multidões espontâneas que podem se tornar o que a teoria do *collective behavior* chamava de “multidões convencionais”. A pesquisa de Jean-Philippe Heurtin (1999) sobre as arquiteturas morais do teatro parlamentar ou

sobre a gramática das intervenções na Assembleia⁹, assim como a investigação etnopragmática feita por Mathieu Berger (2011) sobre atividades situadas em assembleias de desenvolvimento local em Bruxelas, abriram novas vias, considerando múltiplos atos de comunicação além dos argumentos – exclamações, protestos, interrupções e aplausos – para descrever simbolizações corporais, espaciais e temporais.

Muitos ajuntamentos podem constituir públicos. Porém, o estudo das “propriedades emergentes” do público (IKEGAMI, 2000) não pode se limitar a estas situações de co-presença. Um recente avanço da sociologia das mobilizações coletivas se deve à aplicação da análise de redes (DIANI, McADAM, 2003). As dinâmicas de publicização se apoiam nos laços pré-existentes entre pessoas ou organizações e lhes dão novas configurações. Nesta perspectiva, vale citar o trabalho desenvolvido por Maryjane Osa (2003), que reconstituiu sucessivas ondas de redes inter-organizacionais que prepararam a liberação da Polônia nos anos 1980, onde os públicos se constituíram através de alianças e oposições entre diferentes blocos de redes. Esquemas de cooperação e de competição entre organizações em torno de questões de definição de acontecimentos ou de estratégias de combate são representados por gráficos que mostram os graus de concentração e centralização do poder ou, ao contrário, podem apontar a balcanização e a dispersão do movimento de protesto. Todo tipo de público pode aparecer: policêntricos ou hierarquizados, organizados em *clusters* de relações de troca e de comunicação, muitas vezes canalizados através de mediadores – indivíduos, organizações ou instituições – que ocupam cargos centrais de representantes, intermediários e tradutores, provedores de recursos, definidores de realidade e prescritores de normas.

⁹ NdT: Referência à Assembleia Nacional, da França, que corresponde, no Brasil, à Câmara dos Deputados e forma – junto com o Senado – o parlamento nacional.

Os públicos não são apenas lugares de livre discussão. Eles mantêm uma relação paradoxal de inserção nos mundos sociais e culturais e de separação em relação a eles: os públicos são “operadores de comutação rumo a novas formas de experiência”. Eles são atravessados por relações de força e por lutas de poder. Eles precipitam organizações cívicas e políticas que propulsionam suas denúncias e reivindicações, podendo se transformar em máquinas de guerra. Ann Mische (2008), em sua pesquisa sobre os *partisan publics*, acompanhou as peripécias da formação de uma arena cívica, favorável ao *impeachment* de Collor de Mello, no Brasil, em 1992. O ponto ali era constituir, em escala nacional, uma coalizão em torno de um objetivo comum que agregasse grupos de interesse em princípio incompatíveis; assim, buscava-se alcançar uma espécie de plataforma consensual para depor o Presidente da República à época – um balé organizacional em manifestações de rua.

Estas pesquisas de etnografia de ajuntamentos públicos ou de sociologia de redes de mobilização não param de esbarrar na dificuldade de representar o público. O público não pode se encarnar. O lugar do poder continua vazio, impossível de representar (*infigurable*) e de ocupar (*inoccupable*) (LEFORT, 1981). Longe de ser atribuído a um grupo de interesse ou opinião, o público é um soberano sem corpo. Este paradoxo se impõe ao pesquisador que se esforça para desenhar suas formas concretas e se encontra entre o desejo de fixar o público como um sujeito político e a consciência de um hiato com o que é possível observar e descrever. A “topografia da vida pública”, por meio de metáforas do espaço ou da esfera, do ajuntamento e da rede, do arquipélago ou da arena, arrisca congelar a dinâmica da problematização e da publicização quando acredita na existência de um ator que seria “o público”.

O público como processo de experiência, pesquisa e experimentação

Outra forma de abordar a questão da publicidade é a sociologia dos problemas públicos. Antes de procurar representar um coletivo que qualificamos como público, o que se propõe nesta perspectiva é seguir os processos de desdobramento de situações de provação, enquanto geram problemas públicos. A atenção não se dirige apenas à configuração de atores que se enfrentam por meio de discursos públicos, mas sobre a própria dinâmica de “problematização” e “publicização”.

Um primeiro conceito central aqui é o de experiência (CEFAI, TERZI, 2012). Como se constitui uma “experiência pública”? De que modo a definição de um problema público inicia a formação de uma memória e de um projeto públicos? Esta experiência pode ser tomada em um sentido estético no qual o programa de investigação é o de uma “fenomenologia das provações afetivas, sensíveis e morais” pelas quais o problema público ganha forma. A publicidade não é apenas discursiva ou argumentativa, ela mobiliza mais que a faculdade de compreensão: trata-se de uma forma de experiência que altera nossa sensibilidade aos seres que nos cercam, nos faz sentir e ressentir de outro modo e – longe de se limitar a sentimentos subjetivos – inaugura o *sensus communis* da experiência estética (ARENDT, 2003 [1992]). O engajamento no mundo comum requer um ser-afetado, perturbado ou transtornado em comum, o que aparece, por exemplo, em pesquisas sobre indignações de ativistas em relação à preservação paisagística (TROM, 2002) e contra os “crimes da *corrida*” (TRAÏNI, 2010). A atividade coletiva dos públicos tira sua força da evocação do testemunho, da potência visionária da utopia, do compartilhamento de sentimentos do direito ou do contágio dos sentimentos de revolta. Ela se enraíza em paixões coletivas mais ou menos fortes. E suas provações afetivas, sensíveis e morais se encontram tanto na confusão provocada por uma plateia que sai do

lugar dela durante uma reunião de concertação urbana, quanto no julgamento de um caso diante de um tribunal ou nas narrativas de testemunhos frente às câmeras de documentaristas. A publicidade prolifera, dissemina e se propaga em todas estas situações.

Mas a noção de experiência pode ser também entendida no sentido da investigação e da experimentação (DEWEY, 1927 e 1938). Os membros do público invertem o domínio que as situações problemáticas exercem sobre eles, formulando hipóteses e as submetendo a testes que lhes permitem melhor compreender o que enfrentam (MEAD, 1899). Eles avaliam o que faz certas situações serem inaceitáveis, ilegítimas ou insuportáveis; descrevem as perspectivas daqueles que são afetados ou interessados pelas consequências de tais situações; reconstroem a sua gênese histórica, elaboram ferramentas de categorização, qualificação e quantificação, e estabelecem padrões de equivalência a situações semelhantes... Essa investigação permite estabilizar versões mais ou menos aceitáveis para as diferentes partes do público e definir questões em jogo e pontos de controvérsia. Ela determina cadeias de causalidade que explicam o surgimento da situação problemática, antecipando também as suas consequências prováveis ou plausíveis; no mesmo movimento, ela imputa espécies e graus de responsabilidade moral, legal ou política e faz emergir figuras de culpados e vítimas, defensores e reparadores (GUSFIELD, 2009 [1981]).

Este trabalho de definição, explicação e interpretação tem consequências diretas: reorganiza a situação problemática por meio de muitos testes de realidade e de validade que oferecem uma chave de leitura ao mesmo tempo que induzem à recomposição da própria situação. Ele indica finalidades e objetivos a alcançar, organiza meios e recursos para realizá-los, determina ordens de obrigações e oportunidades, desenvolve estratégias

de aliança e oposição. Ele define a escala de análise e ação, designa atores autorizados e os torna capazes de agir. Ele especifica a natureza dos problemas, dos danos ou prejuízos, bem como fornece instruções sobre como repará-los. E, sobretudo, todo este trabalho faz do problema um problema público no sentido em que ele não é tomado sob a responsabilidade de uma família, de um clã ou do mercado, nem tratado de um modo técnico em negação de sua dimensão política, nem silenciado em acordos de bastidores. São instituições públicas – agências do Estado ou reparadores autorizados por ele – que são responsáveis por sua solução. Daí, uma das principais questões em jogo reside justamente no fato de tornar o problema reconhecido, explorado e solucionado por dispositivos e operadores de ação pública.

Nas pesquisas impulsionadas pelo livro de Habermas, assim como na literatura considerável sobre os contra-públicos, os públicos têm sido pesquisados principalmente em termos de estratégia de ação coletiva, troca de argumentos racionais, táticas retóricas de resistência ou performances de dramas públicos. O pragmatismo de Mead e Dewey nos convida a re-enquadrar estas abordagens orientando nossa atenção à investigação e à experimentação como força motriz da ação pública. Os operadores e os dispositivos de publicização variam de acordo com os contextos. As configurações de atores (as partes envolvidas e as plateias a que se dirigem), as formas de representação (quem fala e age em nome de quem), as ordens de relevância (o que pode ser discutido, denunciado e reivindicado), os modos de envolvimento (como descrever, criticar ou reclamar), as cenas de intervenção, as linguagens utilizadas, as formas de entrar em conflito e as finalidades que são perseguidas: são os componentes de arenas públicas. Estas arenas se distribuem em cenas institucionais que lhes antecedem, mas nas quais o problema público induz transformações mais ou menos consequentes, em função da gravidade e amplitude da

crise política, do litígio administrativo, da batalha parlamentar, do processo judiciário, da controvérsia científica, da polêmica midiática que está em jogo...

Estas dinâmicas de problematização e publicização se entrecruzam e produzem ressonância mútua, ultrapassando os enquadramentos institucionais que lhes formatam e regulam. O “tribunal da opinião” se difrata em “arenas públicas” das quais é possível acompanhar as sobreposições e as sequências de atividades. As linhas de conflito opõem diversos campos que se empenham para controlar a definição e a gestão do problema público e que tentam se justificar diante das plateias da opinião pública e dos poderes públicos. O problema público se inscreve nos espaços de equivalência da representação política ou da expertise técnica, estatística, econômica ou jurídica ao mesmo tempo que continua a se enraizar em experiências de proximidade (COTTEREAU, 2004; THÉVENOT, 2006). Ele ainda é alavancado pela potência das mobilizações coletivas que afirmam sua autonomia ao mesmo tempo em que interpelam instâncias estatais junto às quais esperam alcançar ações de reconhecimento, reparação ou regeneração.

Rumo a uma ecologia dos públicos. Além de palavras: meios e instituições

A razão pública não é só discursiva. Ela visa o controle material das ações e de suas consequências, sendo realizada por comunidades de pesquisa e experimentação (FREGA, 2010). Ela se faz no trabalho de exploração que engendra, a um só tempo, experiências, com seus agentes e seus ambientes. Ela tem suporte e alcance ecológicos. Animada por pretensões do bem, do verdadeiro, do direito ou do justo, ela traça sua via por meio de arenas que recompõem equipamentos materiais (por exemplo, redes técnicas de transporte e comunicação, prédios, ferramentas e apetrechos necessários em escolas ou hospitais...), saberes estabelecidos, hábitos coletivos, carreiras profissionais e agências

institucionais. Ela produz uma decomposição e uma recomposição de experiências, interesses e identidades. Ela engendra uma profusão de problemas que vêm em *clusters*, com seus diferentes graus de urgência e importância, com suas diferentes ordens de prioridade temporal. Ela gera novos dispositivos de ação pública, armados de novos conhecimentos, normas e técnicas. E em contraponto aos jogos de atores e seus confrontos, em torno das questões específicas das diversas arenas, ela transforma os modos de vida e conduz à proliferação de novas crenças. Sobretudo, a razão pública cria “novos biótopos” nos quais as situações problemáticas e suas consequências nefastas são mais ou menos controladas. Este é um dos sentidos do que Dewey (1967 [1938]) chamava de “democracia criativa”, o que é indissociável de uma ecologia dos públicos. O que podemos entender por isso?

Primeiramente, uma tese elementar, comum entre os sociólogos de Chicago nos anos 1920: o alcance dos meios de transporte e comunicação delimita as possibilidades de informação e de associação dos públicos (CEFAÏ, 2007). Esta tese, operante na sociologia da imprensa de Robert E. Park (1922), é consoante à história material das técnicas, dos mercados e das instituições. Ela insiste sobre os suportes de publicação, os circuitos de difusão e os contextos de recepção de impressos, mas também atenta para a dependência da imprensa dos públicos, em termos de finanças. As abordagens discursiva e estratégica da publicidade têm sido pouco sensíveis a esta dimensão. Porém, o mais interessante é que os públicos não são apenas dependentes de seus ambientes, eles os engendram. A “inteligência criativa dos públicos” é organizada e distribuída nos diferentes meios em que ela se enraíza materialmente, dos quais ela tira seus recursos, estabelecendo-se em suas dobras e se transformando através de suas próprias intervenções

– uma intuição que Bruno Latour e Peter Weibel (2005) encontraram com base em outras hipóteses.

Nesta perspectiva, os cálculos estatísticos, os raciocínios jurídicos, as experimentações científicas ou as investigações jornalísticas dão bases e ampliam as capacidades de ação dos públicos. Tudo isto funciona como operadores de identificação de si, de compreensão da realidade, de denúncia de danos e de reivindicações de direitos. Trata-se de forjar um sentido de julgamento “crítico” e abrir a via a outros “mundos possíveis”. Os públicos difundem informações sobre escândalos e catástrofes (CHATEAURAYNAUD, TORNBY, 1999), fazem ouvir a voz de denunciantes (*whistleblowers*), apoiam e propagam iniciativas cidadãs, tornam acessíveis recursos e modos de fazer que permitem experimentações, armam repertórios de argumentação, organizam estratégias de mobilização coletiva, operam como vetores de “polinização de experiências”... A dinâmica de problematização e publicização reconfigura estados de coisas. Ela reordena operações de percepção, avaliação e uso, reagenciando os contextos de experiência das pessoas envolvidas. Ela engendra novos horizontes de mundo (WARNER, 2002).

Para perdurar, esta dinâmica coletiva precisa conduzir a um processo de institucionalização da arena que ela fez surgir. Ela se apoia em instituições que são acumuladoras, condensadoras e geradoras de experiências, saberes e normas. Os públicos emergentes precisam destes multiplicadores e intensificadores de capacidades individuais e coletivas que lhes permitem, a um só tempo, aprender, coordenar-se e imaginar, no presente, se inspirando em uma história e se projetando no futuro. As instituições fazem frutificar suas inteligências criativas, trabalhando para transmitir e reproduzir seus resultados, estabelecendo novos hábitos culturais, incubando novas carreiras

profissionais. À época de Dewey e Mead, tratava-se de escolas, universidades, teatros e bibliotecas, centros sociais, clubes políticos, imprensa alternativa ou educação de adultos (MATTSON, 1998); atualmente, trata-se de plataformas digitais, dispositivos de alerta, bancos de dados, organizações não-governamentais, mercados paralelos ou redes de troca.

Este processo é duplo. De um lado, engendra novas agências de controle, padronização e regulação técnica ou jurídica que implementam convenções compartilhadas, definem crenças, identidades e interesses, convertendo a força viva do público em instituições. Resolvendo a situação problemática, este processo frequentemente confisca a causa aos portadores e a passa para especialistas ou autoridades. Por outro lado, esse processo desloca a atenção pública para novos focos, conduz a novas indignações e mobilizações contra abusos de poder, provoca males que ainda não tinham sido previstos e conduz os públicos informados, administrados, convocados e consultados a sair das funções e dos papéis a eles prescritos. Novas discussões, denúncias e reivindicações; novas deliberações, pesquisas e experimentações; novas relações de força e conflitos de interesse...

É assim que se desenvolve a “consciência pública”, em voltas retroativas de rumores e sob ataques de propaganda, reanimada por revelações de denunciante, apoiada pelo trabalho de militantes, de pesquisadores e repórteres, sufocada pelas políticas de descrédito dos fabricantes de ignorância (PROCTOR, 2014 [2012]), encontrando pontos de apoio e união em medidas políticas e decisões judiciais... Uma história feita de múltiplas reviravoltas e consequências inesperadas, felizes ou trágicas, uma história bem mais complicada do que a teoria política e a sociologia da ação pública, dos problemas sociais e das mobilizações coletivas nos ensinaram a decifrar.

REFERÊNCIAS

- AGULHON, Maurice. Pénitents et francs-maçons de l'ancienne Provence. Paris: Fayard, 1968.
- _____. La République au village. Paris: Plon, 1970.
- ARENDT, Hannah. Condition de l'homme moderne. Paris: Calmann-Lévy, 1961 [1958].
- _____. Juger. Sur la philosophie politique de Kant. Paris: Le Seuil: 2003 [1992].
- ARIÈS, Philippe; DUBY, Georges (dir.). Histoire de la vie privée. Paris: Le Seuil, 1982-1985 (5 tomes).
- BAKER, Keith; CHARTIER, Roger. Dialogue sur l'espace public. Politix, n°7, 1994, p. 5-22.
- BERGER, Mathieu. Micro-écologie de la résistance. Les appuis sensibles des voix citoyennes. In: _____; CEFAÏ, D.; GAYET-VIAUD, C. (dir.). Du civil au politique. Ethnographies du vivre-ensemble. Bruxelles: Peter Lang, 2011, p. 101-130.
- BOAL, Augusto. Le Théâtre de l'opprimé. Paris: Maspéro, 1977 [1975].
- BOHMAN, James. Public Deliberation. Pluralism, Complexity, and Democracy. Cambridge: MIT Press, 1996.
- BOLTANSKI, Luc; THÉVENOT, Laurent. De la justification. Les économies de la grandeur. Paris: Gallimard, 1991.
- BOUCHERON, Patrick; OFFENSTADT, Nicolas (dir.). L'Espace public au Moyen Âge. Débats autour de Jürgen Habermas. Paris: PUF, 2011.
- BURAWOY, Michael. "2004 ASA Presidential Address": For Public Sociology. American Sociological Review, t. 70, n° 1, 2005, p. 4-28.
- CALHOUN, Craig J. (dir.). Habermas and the Public Sphere. Cambridge: MIT Press, 1992.
- CARDON, Dominique; GRANJON, Fabien. Médiactivistes. Paris: Presses de Sciences Po, 2010.
- _____; HEURTIN, Jean-Philippe; LEMIEUX, Cyril. Parler en public. Politix, t. 8, n° 31, 1995, p. 5-19.
- CEFAÏ, Daniel. Qu'est-ce qu'une arène publique? Quelques pistes pour une approche pragmatiste. In: _____; JOSEPH, I. (dir.). L'Héritage du pragmatisme. La Tour d'Aigues: Éditions de l'Aube, 2002, p. 51-82.
- _____. Que faire des théories du comportement collectif?. In: _____. Pourquoi se mobilise-t-on? Théories de l'action collective. Paris: La Découverte, 2007.
- _____. Públicos, problemas públicos, arenas públicas... O que nos ensina o pragmatismo. Cadernos CEBRAP, Sao Paulo, 2017, n° 1, t. 36, p. 187-213 e n° 2, t. 36, p. 129-142

_____; PASQUIER, Dominique (dir.). Les Sens du public. Publics politiques, publics médiatiques. Paris: PUF, 2003.

_____; TERZI, Cédric (dir.). L'Expérience des problèmes publics. Paris: Éditions de l'EHESS, 2012.

CHATEAURAYNAUD, Francis. Argumenter dans un champ de forces. Essai de balistique sociologique. Paris: Éditions Petra, 2011.

_____; TORNÉ, Didier. Les Sombres précurseurs. Une sociologie pragmatique de l'alerte et du risque. Paris: Éditions de l'EHESS, 1999.

COHEN, Jean; ARATO, Andrew. Civil Society and Political Theory. Cambridge: MIT Press, 1992.

COLLECTIVE, Black Public Sphere (dir.). The Black Public Sphere. Chicago: University of Chicago Press, 1995.

COTTEREAU, Alain. La désincorporation des métiers et leur transformation en publics intermédiaires: Lyon et Elbeuf, 1790-1814. In: KAPLAN, S. L.; MINARD, P. (dir.). La France, malade du corporatisme? XVIIIe-XXe siècles. Paris: Belin, 2004, p. 97-147 et 479-493.

DEEGAN, Mary Jo. Jane Addams and the Men of the Chicago School. 1892-1918. New Brunswick: Transaction Books, 1988.

DEWEY, John. Le Public et ses problèmes. Paris: Gallimard, 2010 [trad. fr. The Public and Its Problems. New York: Henry Holt, 1927].

_____. Logique. Théorie de l'enquête. Paris: PUF, 1967 [1938].

DIANI, Mario; McADAM, Doug (dir.). Social Movements and Networks. Relational Approaches to Collective Action. Oxford: Oxford University Press, 2003.

DUBY, Georges; PERROT, Michelle (dir.). Histoire des femmes en Occident. Paris: Perrin, 1991-1992 (5 tomes).

ELIASOPH, Nina. L'Évitement du politique. Paris: Economica, 2010 [1997].

EMIRBAYER, Mustafa; SELLER, Mimi. Publics in History. A Programmatic Statement. Theory and Society, n°28, 1999, p. 145-197.

EVANS, Sara M.; BOYTE, Harry C. Free Spaces. The Sources of Democratic Change in America. New York: Harper and Row, 1986.

FANTASIA, Rick. Cultures of Solidarity. Consciousness, Action, and Contemporary American Workers. Berkeley: University of California Press, 1988.

FARGE, Arlette. Dire et mal dire. L'opinion publique au XVIIIe siècle. Paris: Le Seuil, 1992.

FRANÇOIS, Bastien; NEVEU, Érik. Introduction. Pour une sociologie politique des espaces publics contemporains. In: _____ (dir.). Espaces publics mosaïques. Acteurs,

arènes et rhétoriques des débats publics contemporains. Rennes: Presses universitaires de Rennes, 1999, p. 13-60.

FRASER, Nancy. Rethinking the Public Sphere. A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. *Social Text*, n° 25-26, 1990, p. 56-80.

FREGA, Roberto. What Pragmatism Means by Public Reason. *Ethics & Politics*, t. XII, n° 1, 2010, p. 28-51.

GAL, Susan. A Semiotic of the Public/Private Distinction. In: SCOTT, J. W.; KEATES, D. (dir.). *Going Public. Feminism and the Shifting Boundaries of the Private Sphere*. Urbana-Champaign: University of Illinois Press, 2004, p. 260-277.

GOFFMAN, Erving. Comment se conduire dans les lieux publics. Notes sur l'organisation sociale des rassemblements. Paris: Economica, 2013 [1963].

GOODMAN, Dena. Public Sphere and Private Life. Toward a Synthesis of Current Historiographical Approaches to the Old Regime. *History and Theory*, vol. 31, n° 1, 1992, p. 1-20.

GUSFIELD, Joseph. La Culture des problèmes publics. Le problème de l'alcool au volant et la production de l'ordre symbolique. Paris: Economica, 2009 [1981].

HABERMAS, Jürgen. L'Espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise. Paris: Payot, 1978 [1962].

_____. L'Espace public, trente ans après. Préface à la dix-septième édition allemande de *Strukturwandel der Öffentlichkeit*. *Quaderni*, n° 18, 1992 [1990], p. 161-191.

_____. *Droit et démocratie. Entre faits et normes*. Paris: Gallimard, 1997 [1992].

HAUSER, Gerard A. *Vernacular Voices. The Rhetoric of Publics and Public Spheres*. Columbia: University of South Carolina Press, 1999.

HEURTIN, Jean-Philippe. *L'Espace public parlementaire. Essai sur les raisons du législateur*. Paris: PUF, 1999.

HOCHSCHILD, Arlie Russell. *The Time Bind. When Work Becomes Home and Home Becomes Work*. New York: Holt Paperbacks, 2001.

HOHENDAHL, Peter-Uwe. Recasting the Public Sphere. *October*, n° 73, 1995, p. 27-54.

HÖLSCHER, Lucian. Öffentlichkeit. In: BRUNNER, O.; CONZE, W.; KOSELLECK, R. (dir.). *Geschichtliche Grundbegriffe. Historisches Lexikon zur politisch-sozialen Sprache in Deutschland*, Bd 4. Stuttgart: Klett Cotta, 1978, p. 413-467.

IKEGAMI, Eiko. A Sociological Theory of Publics. Identity and Culture as Emergent Properties in Networks. *Social Research*, t. 67, n° 4, 2000, p. 989-1029.

JOSEPH, Isaac. *La Ville sans qualités*. Paris: Éditions de l'Aube, 1998.

JOUHAUD, Christian; VIALA, Alain (dir.). *De la publication. Entre Renaissance et Lumières*. Paris: Fayard, 2002.

- KOSELLECK, Reinhart. *Le Règne de la critique*. Paris: Éditions de Minuit, 1979 [1959].
- LANDES, Joan. Introduction. In: _____ (dir.). *Feminism. The Public and the Private*. London: Oxford University Press, 1998, p. 1-20.
- LAMONT, Michèle; THÉVENOT, Laurent (dir.). *Rethinking Comparative Cultural Sociology. Repertoires of Evaluation in France and the United States*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.
- LATOUR, Bruno; WEIBEL, Peter (dir.). *Making Things Public. Atmospheres of Democracy*. Cambridge: MIT Press, 2005.
- LEFORT, Claude. *L'Invention démocratique*. Paris: Fayard, 1981.
- LICHTERMAN, Paul. *The Search for Political Community. American Activists Reinventing Commitment*. Cambridge: Cambridge University Press, 1996.
- LILTI, Antoine. *Le Monde des salons. Sociabilité et mondanité au XVIIIe siècle*. Paris: Fayard, 2005.
- LINSHAN, Hua; THIREAU, Isabelle. *Les Ruses de la démocratie. Protester en Chine*. Paris: Le Seuil, 2010.
- LIPPMANN, Walter. *Public Opinion*. New York: Harcourt, Brace & Co, 1922.
- _____. *The Phantom Public*. New York: Harcourt, Brace & Co, 1925.
- MATTSON, Kevin. *Creating a Democratic Public. The Struggle for Urban Participatory Democracy During the Progressive Era*. University Park, Penn: The Pennsylvania State University Press, 1998.
- MEAD, George Herbert. The Working Hypothesis in Social Reform. *American Journal of Sociology*, vol. 5, 1899, p. 367-371.
- MELUCCI, Alberto. *Challenging Codes*. Cambridge: Cambridge University Press, 1996.
- MERLIN, Hélène. *Public et littérature en France au XVIIIe siècle*. Paris: Les Belles Lettres, 1994.
- MISCHE, Ann. *Partisan Publics. Communication and Contention Across Brazilian Youth Activist Networks*. Princeton: Princeton University Press, 2008.
- NEGT, Oskar; KLUGE, Alexander. *Public Sphere and Experience. Toward an Analysis of the Bourgeois and Proletarian Public Sphere*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1993 [1972].
- OSA, Maryjane. *Solidarity and Contention. Networks of Polish Opposition*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2003.
- PARK, Robert E. *The Immigrant Press and Its Control*. New York : Harper & Brothers, 1922.

PROCTOR, Robert N. Golden Holocaust. La conspiration des industriels du tabac [2012]. Paris: Éditions des Équateurs, 2014.

ROSPROCHER, Massimo. Beyond the Public Sphere. Opinions, Publics, Spaces in Early Modern Europe. Bologne-Berlin: Il Mulino-Duncker & Humblot, 2012.

SCOTT, James C. La Domination et les arts de résistance. Paris: Éditions Amsterdam, 2009 [1990].

SMITH, Dorothy. Household Space and Family Organization. The Pacific Sociological Review, t. 14, n° 1, 1971, p. 53-78.

SPEIER, Hans. Historical Development of Public Opinion. American Journal of Sociology, t. 55, n° 4, 1950, p. 376-388.

SQUIRES, Catherine. Rethinking the Black Public Sphere. An Alternative Vocabulary for Multiple Public Spheres. Communication Theory, vol. 12, n°4, 2002, p. 446-468.

TARDE, Gabriel. Le public et la foule. In: _____. L'Opinion et la foule. Paris: Alcan, 1901 [1898].

TAYLOR, Charles (dir.). Multiculturalism. Examining the Politics of Recognition. Princeton: Princeton University Press, 1994.

THÉVENOT, Laurent. L'Action au pluriel. Sociologie des régimes d'engagement. Paris: La Découverte, 2006.

TRAÏNI, Christophe. Dramaturgie des émotions, traces des sensibilités. Observer et comprendre des manifestations anti-corrida. ethnographiques.org, 2010, n° 21 [online].

TROM, Danny. L'engagement esthétique: du trouble à l'enquête visuelle. Une pragmatique du regard sur le paysage. In: CEFAÏ, D.; JOSEPH, I. (dir.). L'Héritage du pragmatisme. La Tour d'Aigues: Éditions de l'Aube, 2002.

VAN DAMME, Stéphane. "Farewell Habermas"? Deux décennies d'études sur l'ancien régime de l'espace public. In: BOUCHERON, P.; OFFENSTADT, N. (dir.). L'Espace public au Moyen Âge. Paris: PUF, 2011, p. 43-62.

WARNER, Michael. Publics and Counterpublics. New York: Zone Books, 2002.

WEDEEN, Lisa. Ambiguities of Domination. Politics, Rhetoric, and Symbols in Contemporary Syria. Chicago: University of Chicago Press, 1999.

WEINTRAUB, Jeff. The Theory and Politics of the Public/Private Distinction. In: _____. KUSHAR, K. (dir.). Public and Private in Thought and Practice. Perspectives on a Great Dichotomy. Chicago: University of Chicago Press, 1997, p. 1-42.

WHITE, Harrison C. Network Switchings and Bayesian Forks. Reconstructing the Social and Behavioral Sciences. Social Research, n° 62, 1995, p. 1035-1063.

ZELIZER, Viviana. Transactions intimes. Genèses, n° 42, 2001, p. 121-144.

PUBLICITIES: A PRAGMATIST STATEMENT

ABSTRACT

Public sphere is a buzzword used to define a space of communication and mediation between the state and civil society. In order to better understand the meaning of this concept, Daniel Cefaï goes back to the definition that Jürgen Habermas proposed in 1962. Since then, his critics have pointed to the limits of this definition, the most important being that of having excluded - or marginalized, or unseen - a certain number of opinions, interests and identities of minority groups in bourgeois societies of the 18th and 19th centuries: African-Americans, women, and workers. Gender studies, and later LGBT studies, produced evidence for the strong entanglement of interactions between public and private experiences and activities, and the multiple ways to engage into public discussion. Daniel Cefaï, in the last part of this paper, goes back to the sociology of public problems, and shifts to ecological and pragmatist hypotheses (Dewey, Mead, Park, Follett) in order to propose an alternative line of description and analysis of processes of publicization.

KEYWORDS

Public Sphere; Publics and Counterpublics; Sociabilities; Habermas; Dewey; Pragmatism.