

# A Comunicação Social como Processo de Publicização: a Perspectiva do Mundo Compartilhado

## Mauro Wilton Sousa

Possui graduação em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (1968), Mestrado em Ciências Sociais pela Universidade de São Paulo (1972) Doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (1986) e pós-doutorado junto à Université Sthendal de Grenoble, França (1992-1993). Professor Titular da Universidade de São Paulo entre 1978/2013 e, desde 2014, Professor Titular Sênior e Coordenador do Programa de Pós-graduação em Meios e Processos Audiovisuais da Universidade de São Paulo. mwsousa@usp.br

**Resumo:** Reflexões sobre as mediações sociais que marcam a dimensão de publicização na comunicação social contemporânea e suas expressões tensionadoras no espaço público.

**Palavras-chave:** Publicização; protagonismo; tecnologias; espaço público; comunicação; mundo comum.

**Abstract:** Reflections on the social mediations that mark the scope of publicization in contemporary social communication and its expressions in the public space.

**Keywords:** publicization; empowerment; technologies; public space; communication; ordinary world.

## Da publicização

Na perspectiva sociológica da ação social, Quéré (1991) advoga a comunicação como um processo de publicização voltado à construção de um mundo comum. A partir da crítica aos modelos interpretativos sustentados na representação e na teoria cognitivista da comunicação, propõe a comunicação como processo de publicização, como

uma atividade conjunta de construção de uma perspectiva comum, de um ponto de vista compartilhado, base de inferência e de ação... definição que se aplica tanto à comunicação habitual como à comunicação social no cenário público (ou, a construção de uma perspectiva comum sobre os acontecimentos é o objeto de uma ação coletiva) (QUÉRÉ, 1991: 76-77).

As expressões *mundo comum* ou *perspectiva comum* estão em seus textos com apropriações semelhantes e sustentados na indicação de um mundo comum a ser buscado através de uma ação conjugada, o resultado de uma experiência social participativa. A proposição de Quéré encontra ressonância conceitual e teórica em autores e estudos que se voltam para o debate sobre o espaço social e político mesmo na diversidade de qualificação do espaço social e das razões de sua apropriação, assim como encontra oposição e fonte de debates que se prolongam na própria questão nuclear de conceber e distinguir espaço comum e espaço público.

Na extensão e densidade de ângulos possíveis de compreensão do processo da comunicação conforme proposto por Quéré, e especialmente na possibilidade de introduzir um debate entre autores e temas vinculados, o presente texto concentra-

se na reflexão sobre dois aspectos específicos das proposições de Quéré: primeiro, para assinalar a pertinência da compreensão da comunicação como processo de publicização, tema que no contexto contemporâneo da comunicação encontra-se sob acepções e matizes diversos, acentuando-se a sua significação à comunicação com sentido carregado de intensidade, em uma dinâmica e repercussão sociais afirmativas; segundo, na derivação mesma do que pressupõe a comunicação como publicização, para destacar a atualidade, as limitações e tensões derivadas das dimensões envolvidas na compreensão de um mundo comum como fruto de uma experiência participativa.

Se ontem essas questões centralizaram debates e posturas interpretativas tão diversas, hoje novos aportes as reforçam ou mesmo as reconfiguram no contexto de mudanças vivenciadas na contemporaneidade, incorporando a um só tempo uma pluralidade e uma diversidade de mediações que perpassam não só o reconhecimento da centralidade da comunicação social e de seus suportes e dispositivos, como todo um cenário social e político marcado pela globalização. São questões necessariamente vinculadas ao tempo e ao espaço social histórico onde se realizam, no âmbito da sociedade e da cultura, tanto quanto envolvem sua evanescência e territorialidade cultural, traços de situações e condições concretas de uma experiência social. Há um contexto que vem explicitando mediações que justificam a atualidade dessa *publicização*, em pelo menos três dimensões.

As práticas de comunicação na contemporaneidade têm evidenciado essa dimensão de publicização, que possibilita novas e crescentes formas de expressão de pensamentos e posturas valorativas, informações interpretativas, práticas e ações não apenas individuais como também coletivas, além da mobilização ativa diante de fatos e circunstâncias sociais, políticas e econômicas, das mais diversas, para, além de apenas urbanos, existentes em um cenário dinâmico que justifica afirmações sobre a centralidade da comunicação como mediação estruturante do tecido social. E essa é uma questão que cada vez mais se volta para a significação de formas e razões de atuação política de movimentos sociais organizados ou não, com motivações que explicitam pelos mais diversos canais e formas essa necessidade de poder explicitar razões de escolha, de conversa, de se dizer, de opinar, de contradizer, de estar junto e de evidenciar palavras, ações e atitudes deliberativas individuais e coletivas que evidenciem essa necessidade, agora mais do que nunca sendo assumidas como direito. As formas de publicização se redefinem e se colocam como mediadoras da razão que justifica o tornar público, o que o objetiva, como apontado por Quéré, quanto à intenção do compartilhar, do interferir, do deliberar, do tornar disponível. As redes sociais, os dispositivos técnicos que as possibilitam como espaço a um só tempo de produção, circulação e consumo, exemplificam como formas e formatos colocam-se hoje facilitadores e estimuladores de um expor-se, de um conectar-se, não só diante de pessoas, mas de pensamentos, ações e compromissos que justificam essa mesma conexão.

Uma indagação decorrente é sobre as mediações que na atualidade atuam na construção e no desenvolvimento desse cenário de interação social não mais em configuração, mas em pleno exercício. O protagonismo até agora buscado pelos atores humanos, na visão de uma experiência comunicacional que está cada vez mais na confluência de um contexto marcado pela interposição de técnicas, valores sociais e políticos, talvez se coloque como um agente motivador primordial, como uma mediação revigorada, estimulada e conquistada, sinalizando o advento de práticas e atitudes em novo cenário de experiência social. É o advento de um protagonismo individual e coletivo já preconizado há décadas por Lazarsfeld, Willians, entre tantos outros, assim como por Benjamin (1986: 184) em sua argumentação de que “a diferença essencial entre autor e público está a ponto de desaparecer. Ela se transforma numa diferença funcional e contingente. A cada instante o leitor está pronto a converter-se num escritor”.

Nos dias atuais, Lévy (1994) argumenta de forma semelhante:

o leitor passa a participar da própria redação do texto à medida que ele não está mais na posição passiva diante de um texto estático, uma vez que ele tem diante de si não uma mensagem estática, mas um potencial de mensagem. Então, o espaço cibernético introduz a idéia de que toda leitura é uma escrita em potencial.

Esses atores humanos e parceiros ativos foram também percebidos e reconhecidos através da crítica insistente que no Brasil e na América Latina tem indicado há décadas as limitações de modelos teóricos interpretativos sobre as práticas de comunicação. Essa crítica assegurava e evidenciava nos mundos da teoria e da pesquisa empírica a existência e a atuação individual e coletiva de um “sujeito oculto” nas práticas de recepção mediática, ativo e participativo, ainda que limitado nas mediações que o colocavam distante dos suportes e dispositivos técnicos, da desigualdade que a um só tempo o diferenciava econômica, política e socialmente, tanto quanto nos valores culturais (SOUSA,1995).

Esse protagonismo então buscado especialmente no advento da cultura massiva – mas oculto – talvez tenha propiciado uma comunicação social não afeita à dinâmica apontada por Quéré, um vigor que ultrapassa a potência e a capacidade interativa das pessoas entre si e que hoje flui como necessidade. Daí o termo publicização, um condicionante semântico indicativo de que há algo para ser compartilhado, algo que como um sentido vivo torna-se disponível tanto para ser externalizado quanto para ser objeto de busca, uma experiência no tempo e no espaço individual/subjetivo e no social e objetivo. Essa possibilidade de um protagonismo *publicizador*, ainda que possa ser considerado uma expressão tautológica, de fato tem na mediação técnica, na sua diversidade, na sua atualidade e condições generalizadas de acesso e de uso, uma prática que acrescenta valores, que redefine e que amplia o potencial do desejo de estar junto. Trata-se de um cotidiano vivido, ainda que dependente de uma contextualidade sistêmica com potencial de sedução, desde a técnica, e que o envolve para além dela mesma e o condiciona a se expor, como se fosse uma necessidade decorrente, racional, instintiva e obrigatória (SOUSA, 2014).

Atente-se que todo esse esforço de reconhecimento do sujeito da comunicação tem em Quéré a ponderação de que o público se define como uma relação compartilhada, uma experiência conjunta, um olhar comum, especialmente nas práticas de pertencimento a tradições culturais, lembrando que o que é coletivo é a ação – e não o sujeito.

Lemos (2006) dá conta da mutação epistemológica que desde os dispositivos técnicos marca a cibercultura, mutação que envolve mediações e seu lugar quanto ao sujeito e quanto às tecnologias na construção participativa do coletivo e que:

caracteriza-se por ‘três leis’ fundadoras: a liberação do polo da emissão, o princípio da conexão em rede e a reconfiguração de formatos midiáticos e práticas sociais... Sob o prisma de uma fenomenologia do social esse tripé (emissão, conexão, reconfiguração) tem como corolário uma mudança social na vivência do espaço e do tempo. O objetivo é compreender a cibercultura analisando alguns de seus fenômenos atuais: os blogs, os podcasts, os sistemas ‘peer to peer’, os softwares de fonte aberta e arte eletrônica (LEMOS, 2006: 53).

Miège (2009) adverte quanto ao tecnodeterminismo, quanto a uma antecipação dos usos e especialmente quanto à necessidade de que o lugar e a significação da presença inovadora da técnica sejam percebidos e avaliados apenas a partir de seu enraizamento, de seu lugar transformador no tecido social. Essa advertência volta-se em especial para o que ele denomina de uma dupla mediação existente

entre os dispositivos técnicos e sociais. Nas palavras de Josiane Joüet (apud Miege, 2009: 47) a dupla mediação “é ao mesmo tempo técnica, pois a ferramenta utilizada estrutura a prática, mas a mediação é também social, porque os motivos, as formas de uso e o sentido atribuídos à prática se alimentam no corpo social”. Entende-se igualmente as ponderações de Castoriadis, retomadas e referenciadas por Miége (2009: 09): “Mas o conjunto técnico ele mesmo está privado de sentido, técnico ou qualquer que seja, se o separarmos do conjunto econômico e social”.

Se o protagonismo de atores humanos tem tido na mediação dos dispositivos técnicos da atualidade um dos seus elementos estimuladores, como até aqui apontado, o cenário contemporâneo de mutações sociais e culturais que permeia a sociedade globalizada disponibiliza uma outra extensa gama de variáveis indicando que o processo da comunicação social como processo de publicização tem formas e sentidos advindos da prática social e da visão de mundo e que se estendem como parceiros da razão de seu uso, e não são neutros, ao contrário, são por onde se tornam espaço de negociação e de conflito. São valores e posturas que permeiam e se colocam como mediação entre indivíduo e sociedade através da comunicação vivenciada pelas redes e não necessariamente como determinantes técnicos e verticais de práticas sociais.

O desenvolvimento até aqui proposto de situar as possibilidades de reconhecimento da comunicação como processo de publicização na atualidade desse cenário marcado pelo advento de diferentes formas e sentidos de vivência do protagonismo, envolvendo a presença e o compartilhamento dos dispositivos técnicos, bem como o reconhecimento de uma contextualidade de valores culturais em mutação, passa também por olhares e posicionamentos interpretativos distintos, quando não opostos, mas sobretudo críticos e alertadores quanto ao lugar dos dispositivos técnicos no enraizamento da comunicação como experiência social contemporânea, lugar que foge a uma racionalidade linear e obrigatória bem como a um despojamento de interesses e valores.

Couchot (2003: 158), por exemplo, chama atenção para o fato de que “o numérico intima o sujeito a se redefinir”, dado que com a tecnociência “o sujeito não é mais aparelhado a uma mecânica material, mas a linguagens programáticas, frutos de uma interpretação bastante elaborada do real. Os dois componentes do sujeito, o Eu e o Nós, são chamados mais uma vez a se deslocar” (COUCHOT, 2003: 158).

Em Bruno (2003: 212) é assertiva a afirmação de que

a técnica é hoje um dos agentes privilegiados de problematização do pensamento. Somos de tal modo interpelados pela tecnologia que já não podemos refletir sobre ela sem questionar, com um mesmo movimento, o que é homem, o que é pensamento.

Reportando-se a Latour, Callon e outros, Lemos (2013: 23) explicita a Teoria do Ator-rede, em especial a partir do âmbito da cibercultura, servindo-se da expressão clara de Latour que “o humano, como podemos compreender agora, só pode ser captado e preservado se devolvermos a ele esta outra metade de si mesmo, a parte das coisas” (LATOURE apud LEMOS, 2013:23). Na argumentação de Lemos, a mediação com os não-humanos é parte constitutiva do humano: “os humanos comunicam e as coisas também. E nos comunicamos com as coisas e elas nos fazem fazer coisas para nós e para outras coisas” (LE MOS, 2013:23). É ainda nesse contexto que o autor indaga se o social, como objeto exterior, estaria separado de tudo, sendo a causa da técnica, da cultura, da economia, da religião. E salienta:

Precisamos de uma teoria do social que possa pensar essas relações e esses mediadores sem colocar, de antemão, os humanos no centro da intencionalidade,

sem purificar a comunicação separando sujeito e objeto como mediadores e intermediários. Assim sendo, para compreendermos a complexidade da cultura digital, torna-se imperativo ir além da separação entre sujeitos autônomos e objetos inertes, passivos e obedientes, simples intermediários. Eles são também mediadores e a mídia é mais do que uma externalidade do humano, uma extensão do homem. Ela é parte da rede que o constitui. Na expressão ator-rede, o ator não é o indivíduo e a rede não é a sociedade. O ator é rede e a rede é um ator, ambos são mediadores em uma associação (LEMOS, 2013:23).

E mais adiante Lemos (2013: 23) indica que, para a comunicação e para a cibercultura no Brasil, a presença de uma teoria que pense os mediadores sem dar muitos privilégios aos atores sociais clássicos (os sujeitos) pode ser bastante estimulante: “Uma teoria que busca nivelar topologicamente sujeitos e objetos, atores humanos e não-humanos, que descreve e destaca as controvérsias buscando abrir ‘caixas pretas’”.

### **Do mundo compartilhado**

Se a necessidade, a oportunidade e o direito à publicização colocam-se como uma expressão com motivação crescente, uma intenção e uma prática que se reportam a uma experiência de participar, pertencer, compartilhar, é também de Quéré (1991: 82) a perspectiva de que essa publicização é socialmente organizada e construída. Segundo o autor, o comum não é um resultante circunstancial ou derivado do estar junto coletivo, é uma proposição coletiva e participativa a ser assumida. São assertivas suas afirmações ao argumentar sobre o caráter constitutivo do espaço público, assinalando que a “publicidade “ que o caracteriza nunca é redutível a uma visibilidade correlata ao ponto de vista de um observador isolado, porque é uma visibilidade socialmente organizada e socialmente construída.

Ao salientar a dimensão de publicização que permeia o espaço público, ele é igualmente objetivo (QUÉRÉ, 1991) ao assinalar a necessidade da existência de um ponto de vista comum, a adoção de uma perspectiva generalizada sobre as ações, os acontecimentos, o tornar público da manifestação de uma ação, de um pensamento, de uma intenção que dá ao espaço público condições de realização de uma identidade e de uma individualidade, de significação e de intencionalidade. É uma experiência social coletiva.

Essa intencionalidade de um espaço de ação coletiva a ser construído e como tal a se caracterizar como um espaço comum é também explicitado por Quéré (2003: 121) ao argumentar sobre o público como uma realidade buscada e não como uma dependência de intenções individuais. Ou seja, é a projeção de um contexto institucional, a incorporação de um “*voir comme*” ou um “*compter pour*”, sentir o que as pessoas dizem, pensam, creem, falam e agem, não enquanto indivíduos, mas segundo perspectivas impessoais, gerais e objetivas que precedem todo ponto de vista individual e subjetivo. Não há público se não há essa compreensão comum, essa intencionalidade que justifica e ocasiona o coletivo.

Rancière (2009), ao tratar da junção entre práticas estéticas e práticas políticas, indica de modo semelhante o peso do que denomina de *evidências sensíveis* para dar conta dessa intencionalidade voltada para o comum, para a efetiva realização do compartilhado:

Denomino partilha da sensível o sistema de evidências sensíveis que revela, ao mesmo tempo, a existência de um comum e dos recortes que nele definem lugares e partes respectivas. Uma partilha do sensível fixa, portanto, ao mesmo tempo, um comum compartilhado e partes exclusivas. Essa repartição das partes e dos lugares se funda numa partilha de espaços, tempos e tipos de atividade que determina propriamente a maneira como um comum se presta à participação e como uns e outros tomam parte nessa partilha (RANCIÈRE, 2009: 15).

No pensamento de Quéré o mundo comum tem a necessidade de que seja partilhado em sua construção o seu elemento definidor, uma ação coletiva resultante desse *compartilhar*, não enquanto convergência de pontos de vista, pensamentos e opiniões, mas enquanto criação conjunta desse mesmo espaço relacional que vivenciarão. Já em Rancière, ainda que sob outros pressupostos, a efetiva ação de comum tem na partilha, nos recortes, nas partes, nos lugares, e especialmente em espaços, tempos e atividades formas com que “um comum se presta à participação e como uns e outros tomam parte nesta partilha” (RANCIÈRE, 2009: 15).

Preconiza-se assim que essa construção social da realidade buscada realiza-se como uma organização do coletivo no espaço público envolvendo os indivíduos, suas ações e seus estados emocionais, assim como as entidades e suas referências de classes, nações, mentalidades (QUÉRÉ, 1991: 86), espaços, tempos e atividades (RANCIÈRE, 2009: 15).

A efemeridade de públicos que se assumem em mundo comum estaria exatamente nessa apreensão equivocada do “sentir a mesma coisa” e do “sentir em comum”, tanto quanto equivocado é deslocar-se para comunidades de vida e de objetivos circunstanciais que agregam mais do que convergem, estabelecendo confusão entre massa e público. Este seria um “comum” não compartilhado desde a sua construção ou ainda sem a intencionalidade que o motiva – mesmo que sustentado no imaginário e no mundo simbólico – além de não se traduzir em uma ação coletiva e organizada (QUÉRÉ, 2003: 115).

### **Das práticas de publicização**

A premissa de uma experiência social tal qual definida por Quéré se coloca como desafiadora e complexa para ser reconhecida no processo contemporâneo das práticas de comunicação, quer pelo contexto dos seus múltiplos e diversos atores humanos e não humanos, das circunstâncias de uma sociedade cada vez mais marcada pela diversidade e pela desigualdade social, quer pela hegemonia do urbano industrial, na qual as condições de conectividade técnica desdobram-se com particularidade no cotidiano com seus interesses, sua visão de mundo e a peculiaridade do estar junto social.

Essas mesmas mediações que são aqui apontadas para sinalizar dificuldades na compreensão de um espaço público na perspectiva de um mundo comum, como depreendido da proposição de Quéré (1991 e 2003), podem ser elementos que possibilitam compreender flexibilizações e reconfigurações em referida proposição, quando não indicarem elementos de um mundo comum sustentado exatamente em valores decorrentes das estratificações, diversidades e conflitos presentes na necessidade e no direito da comunicação como processo de participação, tanto quanto decorrentes de expressões deliberativas.

Em diferentes autores e tradições de estudos sobre o espaço público acentua-se o reconhecimento de que ele

se perpetua (ainda que na função de facilitador do debate e das trocas de opiniões, bem como o uso das práticas argumentativas tenha diminuído), que ele se amplia (todas as classes e categorias sociais são partícipes, porém de modos diversos; que suas funções se estendem regularmente (as lógicas sociais que o ‘trabalham’ estão na origem dessa extensão); e que ele tem tendência a se fragmentar (Miège, 1999: 10).

A perspectiva de Quéré voltada à participação na construção de uma ação coletiva encontra aqui respaldo quando se volta para a existência de um espaço público onde a intencionalidade encontra condições de expressão e de concretização, uma visibilidade facilitadora de sua realização, porém, no contexto mesmo da diversidade e da pluralidade dos modos de ser e de viver, da “descentralização dos

indivíduos, tanto de seu lugar no mundo social e cultural, quanto de si mesmos” (HALL,1999: 9) e que estruturam a vida social. A convivência, entretanto, de uma pluralidade e diversidade de experiências evidenciará igualmente a emergência da diferença e do conflito.

Para Santos (1997: 122),

uma vez que todas as culturas tendem a distribuir pessoas e grupos de acordo com dois princípios concorrentes de igualdade e diferença, as pessoas e os grupos sociais têm o direito a ser iguais quando a diferença os inferioriza, e o direito a ser diferentes quando a igualdade os descaracteriza.

Acentua-se igualmente a tendência de visualizar nas condições de acesso e de uso de aparatos tecnológicos uma eventual determinação dos meios sobre os fins, quando as mediações que estruturam as ações são a convivência e a negociação de lógicas transversais de comunicação (a forma dialógica, a forma propagandística e a forma de marketing) “que articulam no espaço público as lógicas sociais das mídias e o funcionamento do campo político” (MIÈGE 1999: 7).

O comum buscado pela intencionalidade compartilhada já é em si mesmo um processo de socialização, como um resultante derivado, mas também antecedente e simultâneo ao fim que motiva a construção da ação coletiva. Atente-se que no contexto da comunicação massiva a verticalidade da mensagem se confundia com dispositivos apassivadores de sua produção como de sua circulação e de consumo, com pressupostos interativos que não se visualizavam para além do simbólico. Os dispositivos tecnológicos que hoje caracterizam a comunicação horizontal, enquanto comunidades, redes, tribos e estruturas de mobilidade dinâmica definem-se desde a participação como espaços de estar junto, donde o que se denomina de “horizontalização societal” (MAFFESOLI, 2014).

Maffesoli (2014) é incisivo ao observar que as tecnologias não levam ao antissocial, ao contrário, o fenômeno tribal repousa essencialmente no compartilhamento de um gosto (sexual, musical, religioso, esportivo, etc.). É preciso dizer que essa “partilha” cresce exponencialmente com o desenvolvimento tecnológico. Assumindo-se essa relação de mediação exercida pela tecnologia na criação de espaços de sociabilidade, entende-se porque ela está presente também como espaço mediador ante papéis sociais em crise ou em mutação no contexto da modernidade tardia, como lembra Monteiro (1996):

A reivindicação (e o reconhecimento) de direitos supõe, em princípio, que os atores sociais se sintam parte de uma sociedade política mais abrangente do que aquela definida pelo seu pertencimento à rede de sociabilidades primárias (família,etnia,religião,etc).No entanto,talvez esteja aí um dos nós górdios da questão da democracia do mundo contemporâneo: o enfraquecimento da capacidade dos sistemas democráticos de gerar sentimento de pertencimento a coletividades mais abstratas organizadas em torno do reconhecimento de direitos.

O social, no entanto, para além da vinculação relacional possibilitada pela mediação das tecnologias na consolidação do espaço público tem na sociedade contemporânea o que Beaud (1985) aponta como sendo a sua autonomização, força e secularização. À medida que aumentam as demandas sociais e à medida que o Estado se mostra incapaz de atendê-las, não só os atores sociais vivem o conflito das demandas propostas e não atendidas, como toda a estrutura do político passa a depender desse conflito gerado a partir do social, salientando-se, então, a necessidade de negociação nas sociedades democráticas. É esse processo entre o social e o político que Beaud (1985) denomina de ampliação de fronteiras: o social permeia o político ao mesmo tempo que o cultural e se expressa como

constituente da esfera pública ao mesmo tempo que da esfera privada, familiar, indo até as novas formas de socialização e que se colocam como a própria expressão do conflito, ou seja, das bases da democracia. É então que se manifesta a capacidade política de encaminhamento das tensões sociais, aumentadas pela atuação crescente do mercado, num jogo em que o social, o Estado e o mercado colocam-se como principais agentes.

A ação social, nem sempre oriunda de uma intencionalidade coletiva, mas se expressando em sua diversidade com a mediação das tecnologias da comunicação (entre movimentos sociais, ONGS, redes e comunidades virtuais e na convivência com relações fragilizadas das instituições sociais básicas), traduz-se no cenário da dinâmica do conflito e de sua negociação, das tensões que fazem sua movimentação e sua configuração, em como o social e o político se encontram como espaço público. Ou seja, o espaço de uma experiência social de conflito, na acepção de Miége (1999) e que se caracteriza hoje como “espaço público perpetuado, ampliado e fragmentado”.

Para Canclini (1996) é a partir do espaço urbano que hoje vem se manifestando e sendo estudado o espaço público, a partir de onde se expressam, por exemplo, as transformações atuais da relação público-privado, seus contextos específicos, sem perder de vista o horizonte macrossocial e transnacional, suas ambiguidades e incertezas. É nesse contexto que as articulações público-privado revelam os modos urbanos de segregar e distinguir, de observar as letras que tematizam a corrupção, as exclusões e as desilusões políticas como sintomas do reordenamento da cidade, as condutas cotidianas e a privatização da vida pública em geral.

A análise da participação compartilhada e intencional de ação coletiva, envolvendo a perspectiva da comunicação como espaço de publicização, a busca de um mundo comum, para além de seu reconhecimento como proposição, encontrará espaços de debates e de crítica sobre sua pertinência no estudo das práticas de comunicação e de seu potencial de mobilização social e política, dos temas do individualismo conectado, das formas de manipulação de interesses, questões estas que possibilitam avançar para indagar e rever o estatuto da comunicação social na contemporaneidade.

### Referências Bibliográficas

- BEAUD, P. *Medias, Mediations et Mediateurs dans la société industrielle*. These. Grenoble, France.1985.
- BENJAMIN, W. *A obra de arte na era da sua reprodutibilidade Técnica*. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1986
- BRUNO, F. Tecnologias cognitivas e espaços de pensamento. In: FRANÇA, Vera et al (orgs). *Livro da IX Compós*. Porto Alegre: Ed.Sulina, 2003.
- CANCLINI, N. *Público-Privado: la ciudad desdibujada*, *Alteridades*, 6 (11), págs. 5-10.
- COUCHOT, E. *A tecnologia na arte, da fotografia à realidade virtual*. Porto Alegre: UFRGS, 2003.
- FLICHY, P. *L'Individualism connecté entre la technique numerique et la société*. *Reaux*.n.14. Paris.2004.
- HALL, S. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Ed.DPeA.,1999

LEMOS, A. Ciber-cultura remix. In: DENIZE, C. A. (org). *Imagem (ir)realidade cotidiana comunicação e cibernídia*. Porto Alegre: Ed.Sulina, 2006.

LEMOS, A. *A comunicação das coisas*. São Paulo: Anablume, 2013.

LEVY, P. *A emergência do ciberespaço e as mutações culturais*. In Ciberespaço um Hipertexto. Org. Nize M. Campos Pellanda e Eduardo Campos Pellanda. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2000.

MAFFESOLI, M. Entrevista. In: SAYURI, J. Retrato de uma juventude. Jornal O Estado de São Paulo. São Paulo, 17 de maio de 2014.

MIÈGE, B. *A sociedade tecida pela comunicação*. São Paulo: Paulus, 2009.

MIÈGE, B. O espaço público: perpetuado, ampliado e fragmentado. *Revista Novos Olhares*, n.3, ECA-USP, São Paulo. 1999.

MONTEIRO, P. Cultura e democracia no processo de globalização. *Rev. Novos Estudos Cebrap*. N.44. São Paulo. 1996.

QUÉRÉ, L. D'un modele epistemologique de la communication a um modele praxeologique. *Reseaux*, n.46/47. Paris 1991

QUÉRÉ, L. "Le public comme forme et comme modalité d'expérience". In: CEFAÏ, D.; PASQUIER, D. (Org.). *Les sens du public: publics politiques, publics médiatiques*. Paris: Presses Universitaires de France, 2003.

RANCIÈRE, J. *A partilha do sensível*. São Paulo Ed.34, 2009.

SANTOS, B.S. *Pela mão de Alice, o social e o político na pós-modernidade*. São Paulo: Cortez, 1997

SOUSA, M.W. *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995.

SOUSA, M. W. O pertencimento e o espaço público nas práticas de comunicação mediática. In Sousa, M. W. e CORREA. E. S. (orgs). *Mutações no espaço público contemporâneo*. São Paulo: Paulus, 2014

TASSIN, E. *Espace commum ou espace public?* Rev.Hermés.Paris.1991.