

MARIA MARGARIDA TOSCANO

maria.toscano@mail-rbe.org

REDE DE BIBLIOTECAS ESCOLARES

## REFLEXÕES SOBRE O ESPAÇO PÚBLICO

### RESUMO

A narrativa habermasiana do espaço público foi elaborada nos anos 60, num contexto bem diferente daquele que suporta, em grande parte, os novos espaços públicos do séc. XXI: a tecnologia, a internet e as redes sociais. No entanto, alguns conceitos habermasianos – esfera pública e esfera privada, espaço público como espaço de argumentação – continuam a ser incontornáveis para pensarmos algumas das suas transformações estruturais na atualidade. Aliás, a alteração e diluição de fronteiras entre público/privado, e a transformação da esfera pública em esfera representativa e aclamativa são fenómenos cuja emergência Habermas já identificou em ligação, entre outros, com o declínio do capitalismo liberal e o desenvolvimento da comunicação de massas.

A desmaterialização, a crescente privatização de elementos públicos, a publicitação do privado, a fragmentação e a imediatez na comunicação não têm hoje precedentes e exigem novos conceitos, como defende Daniel Innerarity. Mas para quem não renuncia a um tipo ideal (no sentido de Max Weber) de espaço público como espaço de diálogo racional sobre o que é comum, como de resolução de conflitos e de diferenças, alguns elementos do pensamento de Habermas continuam essenciais.

A comunicação que nos propomos apresentar será uma breve reflexão crítica sobre a emergência e as alterações do espaço público moderno usando o modelo de Jürgen Habermas como ponto de partida e recorrendo, ainda, a algumas contribuições de autores cujo objeto são já os novos espaços públicos mediatizados do séc. XXI, como Daniel Innerarity e Byung-Chul Han, particularmente o primeiro. Propomo-nos igualmente chamar a atenção para a importância de, no âmbito da educação para os média e para a cidadania, não se perder de vista a ideia de espaço público como espaço de discussão racional. E, concomitantemente, para a importância de uma educação para a argumentação e a ética da discussão.

### PALAVRAS-CHAVE

Público; privado; argumentação

A nosso ver, um dos autores incontornáveis para pensar o espaço público na perspectiva de um processo de debate dos cidadãos sobre as questões que os afetam, de resolução de diferendos e de formação de uma opinião pública crítica, um espaço público inseparável, pois, da democracia e do exercício da cidadania, é o sociólogo e filósofo alemão Jürgen Habermas.

Destacamos dois elementos estruturantes do espaço público burguês que, de acordo com o autor, se terá implementado na Europa ocidental durante os séculos XVII e XVIII:

- a distinção público/privado;
- a ideia de uma esfera pública onde os cidadãos faziam “uso público do raciocínio”.

A distinção público/privado é de inspiração grega pois terá sido ali que aquelas categorias surgiram pela primeira vez, como polos opostos mas interdependentes. Nas Cidades-estado onde a democracia nasceu e se desenvolveu, a vida social desenrolava-se em duas esferas distintas. A esfera pública, centrada na *ágora*, na praça pública, à qual só tinham acesso os homens livres, os cidadãos. Era nesta esfera que se decidiam assuntos coletivos da maior importância para os gregos, como os jogos ou a guerra e, sobretudo, que os cidadãos se empenhavam nas discussões relativas ao governo da cidade. Habermas considera que é o diálogo livre entre iguais o suporte desta esfera pública: “a esfera pública constitui-se no seio do diálogo” (Habermas, 1978, p. 15)<sup>1</sup>.

Em contraponto com esta existia uma esfera privada centrada na economia doméstica e na casa, no *oikos* – era aí que as mulheres viviam e davam à luz, os escravos se dedicavam às tarefas produtivas e as crianças eram educadas. A casa constituía o domínio próprio de cada cidadão, em relação ao qual gozava de estatuto soberano. O *oikodespotes* detinha direitos de propriedade sobre a sua casa, sobre a família e os escravos, sobre o produto do trabalho destes últimos.

Esferas pública e privada são complementares. O que conferia a determinados gregos o estatuto de cidadãos, para além de serem homens livres, era a propriedade e a autoridade de que dispunham na esfera privada.

---

<sup>1</sup> Refiramos, a propósito da *ágora* como espaço de diálogo e discussão, que é justamente no apogeu da democracia ateniense, no século V a.C., que se situa o nascimento da retórica, a qual começou por ser utilizada em termos judiciais, para a resolução de conflitos ligados à propriedade de terras e se estendeu depois às deliberações sociais e políticas que se efetuavam na praça pública.

O estatuto de cidadão, condição de acesso à esfera pública “repousa sobre o estatuto de *oikodespotes*” (Habermas, 1978, p. 15). Era a independência e o poder proporcionados pela esfera privada que permitia aos cidadãos dedicarem-se, sem constrangimentos, à discussão e deliberação sobre a vida da cidade.

Na Idade Média, a esfera pública não constituirá propriamente um domínio social, oposto ao privado mas, sobretudo, uma esfera de representação do monarca e de altas personagens da nobreza e clero.

A evolução histórica que a Europa conheceu posteriormente, sobretudo em França e Inglaterra, levou a que no século XVIII, de acordo com a análise e paradigma habermasianos, encontremos novamente delimitados:

- um domínio público onde se encontram a Corte e destacado desta, num lugar proeminente, o Estado, isto é, a esfera do poder público.
- Um domínio privado que inclui: a família, esfera da intimidade e da interioridade, e a sociedade civil como esfera económica da produção e do trabalho.
- Uma esfera pública privada, isto é, pertencente às pessoas privadas, que se reunia nos salões, cafés e outras sociedades de convivência para discutir os bens culturais que, entretanto, surgiam nas salas de espetáculo, e também as atividades económicas de que eram protagonistas e que consideravam de foro privado. Os debates em torno do teatro, da poesia, da música e de outras manifestações artísticas e culturais deram origem a uma esfera pública literária. Das discussões que tinham por finalidade regulamentar as trocas económicas e o trabalho, limitar a ingerência do Estado Absolutista e reivindicar a sua submissão à opinião pública formada na discussão racional, nasceu a esfera pública política.

Formavam este público de pessoas privadas que se reuniam na esfera pública os detentores de bens económicos e/ou culturais que constituíam a burguesia em ascensão: comerciantes, banqueiros, donos de manufaturas e também grupos de letrados como juristas, médicos, padres, professores, editores, ... O capital económico e/ou cultural embora um fator de restrição no acesso ao espaço público, assegurava um relativo grau de independência e de igualdade entre todos e, desse modo, discussões em que a racionalidade dos argumentos seria o fator determinante. Uma imprensa então florescente, quer literária, quer política, alimentava e estendia os debates travados nas assembleias, fazendo sobressair outra característica deste público: a sua natureza de público de leitores.

Na perspectiva de Habermas, esta esfera pública burguesa acabou por se colocar em oposição direta ao poder através de um meio original e sem precedentes na História: o uso público do raciocínio (Habermas, 1978, p. 38). Trata-se de um conceito elaborado por Kant, o conceito de Publicidade, à luz do qual Habermas interpretou não só a formação como o posterior declínio do espaço público burguês.

No célebre *O que é o iluminismo?* e noutros textos de doutrina jurídica e política, Kant defende que a Publicidade, isto é, o uso público do raciocínio, é o único meio adequado à progressiva ilustração de indivíduos e nações e à instauração de uma ordem social justa. “*Sapere aude!* Tem a coragem de te servires do teu próprio entendimento!” (Kant, 1988, p. 11). Esta é a divisa maior da *Aufklärung*, segundo o autor, e o passo primordial para que o homem possa libertar-se de prescrições ou tutelas alheias.

A falta de decisão e coragem para pensarem por si próprios, a preguiça e a cobardia arrastam pela vida inteira uma multidão de espíritos a manterem-se sob dependência alheia, delegando num tutor, num médico, num livro, a função de julgarem e opinarem em seu lugar. Torna-se difícil a estes indivíduos, solitariamente, eximirem-se a esse estado de menoridade. É contudo possível criar um público que no seu seio promova e ascenda às Luzes tendo como arautos aqueles que já chegaram ao pleno e livre exercício da sua razão.

Segundo Kant, uma condição se revela essencial para a constituição desse público e a sua progressiva Ilustração: a liberdade de raciocinar publicamente. A publicidade, enquanto princípio que permite pensar por si mesmo e pensar em voz alta representa o método próprio da *Aufklärung* e a condição de possibilidade para que todos os indivíduos possam ultrapassar a sua menoridade. Conceptualmente, a publicidade funda-se na distinção entre uso público e uso privado da razão. Por uso público da razão entende Kant (1988, p. 13) “aquele que qualquer um, enquanto erudito, dela faz perante o grande público do mundo letrado”. Inversamente, o uso privado do raciocínio é aquele “que alguém pode fazer da sua razão num certo cargo público ou função a ele confiado” (Kant, 1988, p. 13).

O que significa esta distinção? Por um lado, temos os contextos de trabalho e ação onde, incumbidos de determinadas tarefas e papéis, os cidadãos se devem orientar segundo normas exteriormente prescritas, como se estas fossem o resultado de um acordo prévio. Por outro, temos contextos de discurso e comunicação – na perspectiva de Kant representados pelo mundo da sociabilidade culta e letrada dos salões, das academias e de outros círculos de eruditos – nos quais, assumindo-se como sujeitos

de raciocínio e de discurso, é não só possível mas desejável que todos os indivíduos substituam a situação de tutela pela de liberdade. Diz-nos Kant que mesmo o venerável clérigo que no exercício do seu ministério em nada pode deixar de subscrever a regulamentação da Igreja, mesmo esse, no seio do público letrado, “goza de uma liberdade ilimitada de se servir da própria razão e de falar em nome próprio” (Kant, 1988, p. 15).

Na perspetiva de Habermas, a esfera pública burguesa terá sido o que historicamente mais se aproximou duma esfera pública ilustrada onde um grupo de atores sociais com determinadas características – a propriedade e/ou a cultura – se dedicou à discussão racional das questões de ordem prática, cultural e política que os afetavam, acabando por subverter a própria dominação política e erigir-se em instância de racionalização e legitimação do poder, dando origem aos regimes parlamentares.

Não obstante algumas das críticas apontadas ao modelo e narrativa habermasianos, uma das quais precisamente a idealização das condições históricas e sociológicas da esfera pública burguesa e do modelo de comunicação racional pressuposto<sup>2</sup>, a distinção público/privado e o princípio da Publicidade vão permitir ao autor uma análise das transformações estruturais do espaço público até cerca de meados do século XX, que continua a ser-nos útil para o diagnóstico da atualidade. Efetivamente, encarados como uma ficção operativa, como diria Niklas Luhmann, permitem-nos seguir o movimento de diluição de fronteiras entre público e privado e a dissolução do debate público, que não parou de crescer até à atualidade, na imediatez e superficialidade da comunicação, sendo as redes sociais o melhor exemplo disso.

De acordo com Habermas, a transformação estrutural do espaço público burguês que terá ocorrido entre o final do século XIX e a primeira metade do século XX – entre outros, com a passagem do capitalismo liberal para o capitalismo industrial e financeiro, um Estado que assumiu crescentes funções sociais, a extensão do público alfabetizado, os meios de comunicação audiovisuais e a cultura de massas – traduziu-se, justamente, pela interpenetração entre domínios público e privado e pela subversão do princípio da Publicidade.

O espaço público converteu-se numa esfera de publicitação do privado: das pessoas privadas, da vida privada, de interesses privados. Inclusive no domínio da política, mais do que as diferentes opções ideológicas e a

---

<sup>2</sup> No prefácio à reedição de 1992, Habermas tentou responder às críticas de idealização e universalização da esfera pública burguesa assim como a outras fragilidades que apontadas ao seu modelo e narrativa de espaço público.

sua discussão, o que passa a dominar é a imagem dos políticos. A esfera privada fica confinada à família, à esfera da intimidade mas, mesmo esta, perde a sua natureza estritamente privada. Habermas fala-nos duma intimidade de projetores ou duma intimidade de segunda ordem para referir o movimento de desinteriorização e publicitação de que a esfera íntima se tornou objeto.

A Publicidade perde o seu carácter crítico e de racionalização das questões sociais e políticas para se tornar sobretudo um meio de criar adesão ao que é publicitado, isto é, uma publicidade demonstrativa visando conferir prestígio e aceitação às ideias e produtos publicamente divulgados, aproximando-se de uma técnica de comunicação persuasiva tal como a entendemos hoje. Deste modo, em vez duma opinião pública elaborada e negociada através de discussões racionais, fruto do uso público do raciocínio, vamos encontrar uma multiplicidade de opiniões particulares, muitas vezes contraditórias. E no lugar de um público de leitores cujos debates estimulavam a formação de uma opinião refletida e crítica sobre os bens culturais e o exercício do poder, encontramos maioritariamente, na perspectiva de Habermas, um público acrítico de consumidores<sup>3</sup>.

Originalmente publicada em 1962<sup>4</sup>, a narrativa de Habermas sobre a formação e declínio do espaço público moderno é ainda alheia às profundas transformações que as tecnologias de informação e comunicação introduziram nas sociedades e no espaço público contemporâneo: a sua mediatização e virtualização crescentes. No entanto, desde o início do espaço público burguês que estamos perante uma conceção de espaço público que transcende os lugares físicos e assume as características imateriais e mutáveis ligadas à discussão entre cidadãos. Quando Habermas afirma que uma imprensa literária e política efervescente acompanhava e estimulava as discussões e o pensamento crítico que surgiam nos salões, cafés e outras instituições da esfera pública burguesa, podemos ver aí um primeiro sinal de virtualização, no sentido em que o espaço público não se confinava aos locais físicos de encontro e interação social. Mas é com os meios de comunicação eletrónicos do século XX – rádio, cinema, televisão... – e, sobretudo, com o desenvolvimento da internet sem fios e das tecnologias móveis do século XXI, que a mediatização e virtualização se completam.

<sup>3</sup> A posição de Habermas em relação à cultura de massas é muito influenciada pela crítica radical às indústrias culturais e aos meios e cultura de massas herdada da Escola de Frankfurt.

<sup>4</sup> Título original: *Strukturwandel der Öffentlichkeit*. Foi traduzido em inglês por *The structural transformation of the public sphere* e em francês por *L'espace public: archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*.

Atualmente, o espaço público, isto é, o espaço de comunicação e eventual debate entre cidadãos sobre as questões que os interessam, joga-se fundamentalmente no universo virtual criado pela internet, onde as redes sociais tipo Facebook, Twitter, Instagram, YouTube têm tido um crescimento vertiginoso, com efeitos sociais e políticos significativos (primavera árabe, eleição de Trump, pós-verdade, ...) mas cuja interpretação e consequências globais, de tão recentes, ainda não são bem conhecidas.

Um dos autores que mais se tem dedicado a analisar o novo espaço público, expressão que dá mesmo título a uma das suas obras, é Daniel Innerarity, autor cuja conceção e preocupações não estão muito longe, a nosso ver, de alguns aspetos salientados por Habermas.

Innerarity considera o espaço público como espaço de mediação fundamental às sociedades democráticas e o meio privilegiado para ultrapassar a tendência instalada de encarar a política como mera gestão e negociação de interesses. O espaço público deve ser um espaço reflexivo e de deliberação dos cidadãos onde se identificam problemas que dizem respeito a todos, se discutem diferenças e conflitos, se constroem sentidos comuns e se adotam soluções coletivas. Nas suas palavras,

o espaço público é um lugar onde os problemas são assinalados e interpretados, onde as tensões são experimentadas e o conflito se converte em debate, onde é encenada a problematização da vida social. A ideia de espaço público reúne a totalidade dos processos de configuração da opinião e vontade coletivas. (Innerarity, 2006, p. 10)

As mudanças que se verificam nas sociedades contemporâneas impõem, no entanto, a revisão do conceito, uma revisão que conduza a uma reconfiguração do próprio espaço público no sentido acima definido. Salientamos algumas das alterações identificadas por Innerarity.

Em primeiro lugar, acentuou-se a indefinição de fronteiras entre o público e o privado já anteriormente assinalada por Habermas (e vários outros autores como Arendt, Sennett, Giddens, para citar apenas alguns dos mais conhecidos). A tradicional distinção público/privado é de tal modo precária que Innerarity pergunta se não se tornou mesmo “imprestável, sem que seja muito claro o que deveria ocupar o seu lugar” (Innerarity, 2006, p. 11).

Acrescentemos apenas ao já referido anteriormente, do lado do público, a privatização de determinados serviços – comunicação, saúde, transportes, ... – que, no início da modernidade, tinham passado para a esfera do Estado. Do lado do privado, a intensidade com que os problemas tradicionalmente encarados como subjetivos e privados – relações íntimas

e sentimentais, afetos e preferências várias, crenças religiosas, questões ligadas à identidade e à sexualidade... – “irrompem na cena pública com toda a sua força e imediatez” (Innerarity, 2006, p. 33) convertendo-se, por vezes, em grandes problemas políticos mobilizadores da atenção e da opinião dos cidadãos como as chamadas questões fraturantes (homossexualidade, aborto, eutanásia, ...).

De acordo com Innerarity, o movimento correlativo de

privatização do público e de politização do privado não significa o colapso dos dois domínios ou que a delimitação entre um e outro não seja necessária: uma coisa é ser insustentável a distinção clássica, liberal, do público e do privado; outra é que essa diferença tenha de ser radicalmente suprimida. (Innerarity, 2006, p. 38)

Efetivamente, é nessa distância que se jogam os limites entre a liberdade individual e a ordem social, entre o que devemos proteger da interferência dos vizinhos, da sociedade ou do Estado e aquilo que é importante considerar como coletivo e manter sob escrutínio público. Innerarity oferece-nos, a propósito desta distinção, a seguinte definição de esfera privada:

aquilo que é especialmente protegido quando cada um é exonerado da obrigação de justificar a todo o momento as suas ações, de assumir como suas as razões dominantes ou – noutra perspectiva – quando o que deve ser justificado é a interferência (do estado ou da comunidade) na identidade da pessoa. Innerarity, 2006, p. 37

A necessidade de manter um reduto de autêntica intimidade e de liberdade privada, assim como a importância de manter os problemas sociais como comuns e sujeitos à deliberação dos atores sociais implica a delimitação política das fronteiras entre público e privado, uma delimitação necessariamente complexa, fluida e negociável, a rever em função do contexto histórico.

Um segundo aspeto a ter em conta na redefinição e reconfiguração do espaço público são as transformações provocadas pelas tecnologias de informação e comunicação já referidas, particularmente pela internet. A vida quotidiana, pessoal e profissional, foi invadida por múltiplos dispositivos móveis – portáteis, *smartphones*, *tablets*... – e redes de comunicação com os quais passamos uma parte significativa do dia a interagir. Vivemos imersos no que Manuel Castells (2003a, 2003b) designa por *cultura da virtualidade real*, uma cultura produzida e difundida através dos média, quer

os tradicionais, quer os novos média. Consequentemente, há uma transição permanente do espaço-tempo ligado aos lugares onde habitamos, trabalhamos e amamos e às relações face a face, para o espaço-tempo abstrato dos média e da cultura da virtualidade. Há uma combinação permanente da sociabilidade presencial, direta, com uma sociabilidade virtual, feita através das mais diversas redes sociais.

O universo de fluxos, de comunicação e de interação suportado pelos média, ainda que fragmentado em redes e comunidades virtuais muito heterogêneas, ultrapassa as fronteiras das nações e forma um espaço à escala global onde o público engloba, na definição de Jean-Marc Ferry (1992, pp. 19-20), “todos os que são capazes de perceber e compreender as mensagens difundidas pelo mundo”.

Desterritorializado, aberto, fluido, sofrendo de desregulamentação, o espaço público global é particularmente vulnerável às “convocações sentimentais” (Innerarity, 2006, p. 39). Terrorismo, catástrofes naturais, tragédias pessoais e sociais apresentados segundo a agenda e a lógica de espetacularidade própria dos média, são capazes de provocar ondas globais de “eletricidade sentimental”, na expressão de Innerarity (2006, 40) tão ruidosas quanto súbitas e efêmeras. O que significa que o espaço dos média se tornou, por excelência, um espaço emocional. As “tempestades mediáticas de indignação e de injúrias” de que nos fala Byung-Chul Han (2016, p. 15) e de que certos comentários que encontramos em páginas de jornais não moderadas constituem um parente pobre, são outro exemplo dessa comunicação imediatista, pouco informada, sem distância nem *logos*. Na ausência de processos de mediação e articulação políticas para orientar a energia e os sentimentos coletivos em função de objetivos e ações partilhados em conjunto, “a desregulação emocional parece correr em paralelo com os processos similares da economia globalizada, uma e outros reproduzindo a mesma carência de mundo comum (Innerarity, 2006, p. 41). Num contexto público em que “o acontecimento está acima do argumento, o espetáculo acima do debate, a dramaturgia acima da comunicação, a imagem acima da palavra” (Innerarity, 2006, p. 41), e em sociedades onde a política se reduz a uma atividade estratégica em que os atores sociais raramente são chamados a participar, não existe *mundo comum*.

O movimento geral de privatização, a globalização e a desregulamentação, o predomínio de políticas centradas na gestão de interesses e clientelas particulares, uma visão da sociedade como conjunto atomizado ou mero agregado de indivíduos, conduziram à desvalorização do público, à erosão do sentido coletivo ou, nas expressões de outros autores citados

por Innerarity, (2006, p. 19), às “patologias da despertença”. Na perspectiva do autor, é à política que cabe a função “de recriar o vínculo social e estabelecer significações comuns” (Innerarity, 2006, p. 20). Mas isso não é possível sem um espaço público, politicamente articulado, onde opiniões e interesses em conflito sejam debatidos e dirimidos, onde se estabeleçam mediações que produzam horizontes comuns de sentido e de ação. O espaço público é a instância onde se transformam, por processos comunicativos, as opiniões elaboradas individualmente.

Como essa função de mediação está ausente do espaço público atual, é esse o desafio maior que se coloca à sua renovação. Innerarity defende que necessitamos de um conceito normativo, isto é, de um conceito que não se limite a descrever mas que prescreva e oriente as práticas comunicacionais, a ação e a cultura políticas. Da sua reflexão crítica destacamos esta ideia essencial: a de introduzir reflexividade e racionalidade no espaço público através de processos discursivos.

O multiculturalismo, a diversidade de perspectivas quer do ponto de vista coletivo, quer individual, a liquidez de valores e normas, são traços complexos das nossas sociedades que obrigam à consciência do caráter relativo e contingente de representações e opiniões e tornam particularmente importante a relação com a diferença e com o outro. “A multiplicação de possibilidades de observação nas sociedades modernas implica que nenhuma delas se pode apresentar perante as outras como especialmente legítima ou válida em exclusivo”, diz-nos Innerarity (2006, p. 149). O mesmo se poderá dizer dos atores sociais no espaço público: o fundamental é que não partam de posições fixas e surdas à diferença, que não considerem o seu ponto de vista unilateral validado *a priori* mas que, pelo contrário, aceitem que seja modificável através da argumentação.

Esta ideia faz-nos regressar a Habermas e à ética da discussão que este propõe. Segundo este autor, para que uma discussão possa desenrolar-se de forma racional, atendendo apenas à força dos melhores argumentos, é necessário pressupormos o que ele chama de *situação comunicativa ideal*. Não se trata de uma situação empírica mas de um ideal normativo para orientar as condições concretas de reflexão e discussão, de forma a garantir um contexto onde haja uma relação de igualdade e simetria entre os participantes, todos tenham as mesmas possibilidades de criticar ou defender as opiniões e interesses em discussão, e sejam afastados os fatores extrínsecos que ponham em causa a procura autêntica e cooperativa de consensos. Esse ideal orientador implica, de acordo com Habermas, que os participantes sigam alguns princípios de natureza ética.

Em primeiro lugar, não podem deixar de considerar as suas opiniões e interesses como hipotéticos e criticáveis, cuja validade terá de ser estabelecida de forma argumentativa e intersubjectiva. O que constitui precisamente o oposto de qualquer tentativa de imposição dogmática e unilateral de um dado ponto de vista, interesse ou opinião.

Consequentemente, os interlocutores não podem furtar-se à discussão; o dever de argumentar é o segundo princípio a seguir numa situação de comunicação. Para Habermas, a discussão tem por finalidade obter acordos racionalmente motivados.

Em terceiro lugar, Habermas defende que o princípio de universalização deve nortear a discussão, o que é talvez a ideia mais problemática desta ética comunicacional. A pluralidade e a diversidade são hoje a norma das sociedades pós-modernas, não a universalidade. Pelo que será preferível falarmos, como Innerarity, na importância da discussão não excluir o diferente e o estranho, na perspectiva de que atender e integrar pontos de vista heterogéneos equivale a ganhos de informação, de racionalidade e, até, de sentido comum. Citando o autor: “um conceito adequado de racionalidade adequado às circunstâncias policontextuais surge quando se põe à prova o modo como os sistemas sociais reagem à sua diferença, com o que não são eles, o seu meio” (Innerarity, 2006, p. 157).

Transitando para o domínio da educação, em particular da educação para os média, será sempre importante acentuar que, mais do que educação para a tecnologia, se trata sobretudo de educação para a cidadania e para o espaço público. Nessa perspectiva, cremos que a lógica e a argumentação não deviam estar confinadas à disciplina de filosofia, no ensino secundário, como aprendizagem sobretudo de carácter lógico-formal. Efetivamente, para além de formar para o pensamento lógico e racional, o exercício da argumentação, enquanto exercício dialógico, obriga os interlocutores a ter em conta a perspectiva do interlocutor, obriga-os a *pensar colocando-se no lugar do outro* como diria Kant, e a um debate fundado em razões. Nessa medida constitui um método, por excelência, para o tratamento reflexivo das diferenças e a solução pacífica de conflitos. Por isso, cremos que lhe devia ser dada maior importância nos currículos escolares e, previamente, no currículo de formação de professores. Para além disso, cremos que a escola e a sala de aula deviam funcionar, em momentos determinados onde existe liberdade de escolha de professores e alunos, como pequenos espaços públicos de discussão e deliberação. Neste caso, com “tanta cooperação quanto possível e tanta hierarquia quanta necessária” (Innerarity, 2006, p. 250).

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- Byung-Chul, H. (2016). *No exame*. Lisboa: Relógio d'Água.
- Castells, M. (2003a). *A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura - Volume I: A Sociedade em Rede*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Castells, M. (2003b). *A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura - Volume II: O Poder da Identidade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Ferry, J.-M. (1992). Las transformationes de la publicidad política. In J.-M. Ferry & D. Wolton, *El nuevo espacio publico* (pp. 14-27). Barcelona: Gedisa. Retirado de <https://comycult.files.wordpress.com/2016/05/ferry-transformaciones-en-la-publicidad-polc3adtica.pdf>
- Habermas, J. (1978). *L' espace public: archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*. Paris: Payot.
- Innerarity, D. (2006). *O novo espaço público*. Lisboa: Teorema.
- Kant, I. (1988). *A paz perpétua e outros opúsculos*. Lisboa: Edições 70.

## Citação:

Toscano, M. M. (2017). Reflexões sobre o espaço público. In S. Pereira & M. Pinto (Eds.), *Literacia, Media e Cidadania – Livro de Atas do 4.º Congresso* (pp. 548-559). Braga: CECS.