



Genealogías

MARIALVA BARBOSA

Público: sustantivo, adjetivo y verbo. Una multiplicidad de sentidos

SERGIO RONCALLO

Muchedumbre: una visión de la manipulación desde Gorgias y Platón

Público: sustantivo, adjetivo y verbo.

Una multiplicidad de sentidos**



La noción de lo público engendra una multiplicidad de sentidos que pone el acento en la polifonía y el polimorfismo del término, al igual que en los procesos de construcción de los significados. Hablar en público es referirse a una noción que es sustantivo y, a la vez, adjetivo y verbo. Público, multitud, masa y espectador son sustantivos que se asocian con un lugar propio y con una temporalidad inserta en la narrativa. Se puede identificar, entonces, lo público allí donde se encuentre: próximo o distante, compacto o disperso, mundial o local.

.....

* Doctora en Historia Social de la Universidad Federal Fluminense, Río de Janeiro, Brasil, con Posdoctorado en Comunicación Social por el Centre National de Recherches Scientifiques, París, Francia. Profesora titular del Departamento de Estudios Culturales y Medios y coordinadora de la Maestría en Comunicación de la Universidad Federal Fluminense. Correo electrónico: mcb1@terra.com.br. Este artículo hace parte de la investigación "Mídias e Cerimônias: uma análise do modelo narrativo cerimonial da televisão brasileira a partir dos anos 1960", desarrollada por el grupo de investigación *Medios, Memoria e Historia*, registrada y subvencionada por la Agencia de Fomento do Ministerio das Ciências e Tecnologia de Brasil.

** Traducción del portugués por Emma Cristina Montaña, profesora del Departamento de Lenguas de la Pontificia Universidad Javeriana.

Público también es verbo. Hablar en público es presuponer una audiencia, lo que lleva a considerar la acción. Es referirse al cómo del proceso, al espectador como alguien que realiza una actividad y produce una experiencia. Pero también es adjetivar, es decir, pensar en cuestiones como la esfera pública y la publicación. Además, hay que pensar en una dimensión reflexiva: todo público es observado por otro a partir de una mirada difusa. Por lo tanto, las reglas constructivas de la noción de lo público son sucesivas y mutables.

¿Cómo definir el término *público*, una noción ambigua en esencia que ha ocupado el centro de los debates sobre los medios desde hace más de un siglo? Esta palabra derivada del latín —cuya raíz *publicus* significa literalmente proveniente del pueblo— adquiere otra connotación a partir de la invención de la imprenta en el siglo XV. Al crear una máquina capaz de reproducir ideas, conocimientos e informaciones, el hombre del Renacimiento mostró que en la mentalidad de aquel tiempo existía algo más que el deseo de dominar la naturaleza. Existía la necesidad de difundir cómo se efectuaba ese dominio.

La voluntad infinita de conocer y de reproducir el mundo desde otra óptica —aunque melancólica— le hizo ver a este hombre que el saber, al igual que el conocimiento, podía ser difundido; por eso las copias manuscritas no respondían ya al mundo moderno. Los libros —es decir, la posibilidad de difundir ideas y el propio conocimiento— ya no manuscritos, sino impresos por centenas y millares, se convirtieron en una necesidad fundamental.

El solo espíritu económico y las condiciones sociales y políticas asociadas con éste no hubieran posibilitado la aparición de la imprenta si no se hubiera manifestado una nueva manera de hacer

visible el mundo. Sólo la mentalidad formada a lo largo de la época moderna —en la que la racionalidad cede a veces espacio a lo irracional, donde lo mágico convive con lo técnico y con la ciencia, donde el deseo de libertad se confunde con la utopía, pero donde también se persigue una mentalidad experimental y científica— sería capaz de crear un instrumento de trueque abstracto. Junto al intercambio concreto de mercancías, la impresión se constituía en el trueque de una posibilidad: la del hombre como depositario de una información, cuyo valor va más allá de la esfera individual.¹

En los espacios sociales involucrados en ese proceso surge el verbo publicar (*publier, to publish*), que significa justamente hacer público. Por otro lado, el cambio extraordinario de la cultura occidental con la difusión de la imprenta, del siglo XVI al XVIII, desempeña un papel definitivo en la separación de lo político y lo social, lo cual posibilitó la transformación de la noción de esfera pública y privada y contribuyó a la formación de aquello que Hannah Arendt llama *sociedad de masas*. Según esta pensadora alemana, en esta sociedad —la mayor expresión de decadencia de la esfera pública— se busca la opinión unánime al mismo tiempo que el individuo se define por su posición funcional en la sociedad. La esfera social pasa a controlar, con igualdad de fuerzas, a todos los miembros de una misma comunidad.²

La relación etimológica entre la noción *público* y los actos públicos de comunicación es anterior a la propia conceptualización del público como actor social, que surgió con las revoluciones inglesa y francesa de los siglos XVII y XVIII. En Francia, por ejemplo, ya se hablaba del público de los espectáculos mucho antes de 1789. Los cambios en los conceptos y funciones de lo público y lo privado en la era Moderna se registran desde el origen mismo de la mentalidad de la época. En sus orígenes, el concepto de privatizar comprendía la idea de privación —entendida como el hecho de privar al individuo de algo, incluso de su capacidad humana—; en la Modernidad, a partir de la intensa valoración del individualismo, hay un enriquecimiento de esa esfera que pasa a ser opuesta, ya no al concepto de lo público, sino de lo social.³

.....

- 1 Garin, Eugenio, *La revolución cultural del Renacimiento*, Barcelona, Crítica, 1981.
- 2 Arendt, Hannah, *A condição humana*, Rio de Janeiro, Forense, 1983, p. 68.
- 3 Habermas, Jürgen, *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*, Barcelona, Gustavo Gili, 1981.



Según Habermas, las categorías de público y privado son de origen griego y fueron transmitidas a Occidente en su versión romana. En la ciudad griega desarrollada, la esfera de la *polis* —común a los ciudadanos libres— estaba rigurosamente separada de la esfera del *oikos*, particular a cada individuo. Ese modelo ideológico de esfera pública helénica se mantuvo intacto y se difundió en la Edad Media a través del derecho romano. Con el surgimiento del Estado moderno hubo una separación entre la esfera pública burguesa y la privada. Entonces, a medida que la esfera pública se ensanchó adquiriendo aparentemente cada vez más importancia, su función pasó a ser cada vez menor.⁴ Es más, el mismo paso de la economía nacional a la esfera pública —cuando el trabajo deja de realizarse en el ámbito exclusivo de la casa y pasa a ocupar un lugar propio, que se consolida en la época moderna— evidencia que este espacio público no era más que un lugar social.

A lo largo de ese período, el concepto de público pasa por bruscas transformaciones: asume de antemano la idea de divulgación —condición indispensable para volverse público—, pero se incorpora a esta noción otra idea: también es lo aceptable y digno de admiración. No obstante, a pesar de ser el meollo de la modernidad, el cambio del lugar propio y del concepto de esfera pública y privada se hace de manera lenta. Durante un largo tiempo, la esfera pública se confundía en la práctica con la privada.

Cuando el dominio aún estaba en manos de los señores feudales, y aunque existiera una representación pública, había claramente una contradicción entre lo que era público y lo que podría considerarse privado. Para Arendt, esa contradicción —típica de los estadios iniciales de la época moderna— fue un fenómeno temporal que extinguió totalmente la diferencia entre las esferas pública y privada y la sumersión de ambas en lo social.⁵

Los poderes feudales, la Iglesia, la nobleza y la realeza se descomponen y, a partir de ahí, se abre una nítida brecha entre los elementos privados y los públicos. Con la Reforma, la unión de la Iglesia con la autoridad divina pasa a ser privada. La

burocracia, el Ejército y, en parte, la justicia muestran claramente la existencia de instituciones del poder público frente a una esfera cada vez más privada. La autoridad del príncipe, por otro lado, separaba gradualmente lo que era público de los bienes privados de los terratenientes. A medida que se consolidan las corporaciones urbanas, éstas se insertan en la esfera pública que, como ya dijimos, será suplantada por la social.



Además de los cambios económicos, sociales y políticos, la modificación del espacio ocupado por esas dos esferas se da también en las mentalidades. Cuando la salvación pasa a ser un atributo de las realizaciones terrenales, cuando desaparecen preocupaciones como la mortalidad, al mismo tiempo que los valores individuales pasan a ser cada vez más cultivados, la esfera privada se transforma en un lugar aún más relevante. La relación entre esta esfera y la pública se da mediante la formación de lo social. La sociedad se transforma en otra forma de vida conjunta en la que el individuo es independiente en relación con los otros, en función de su propia supervivencia y no en función de un significado público.⁶

.....

4 *Ibid.*, p. 15.

5 Arendt, *op. cit.*, p. 79.

6 *Ibid.*, p. 80.

Al hacer un seguimiento del proceso vivido por la prensa en Occidente, desde las primeras formas de divulgación utilizadas en la época moderna hasta su explosión en el siglo XVIII, se observa que también en esas transformaciones existían los conceptos de lo público, lo privado y lo social. En un primer momento, la prensa estaba constituida por correspondencias privadas de divulgación restringida. En un segundo instante pasó a estar conformada por una serie de diarios manuscritos — sometidos a un estricto control— que se volvieron públicos a medida que, al adquirir anonimato, pasaron a divulgar hechos, que se transformaron en la realidad misma. La realidad era, por lo tanto, sólo lo divulgado y se diferenciaba de lo individual al volverse pública. Finalmente, los diarios se transformaron en instrumentos de divulgación de ideas: ya no es lo privado que adquiere carácter público, sino lo público que se transforma en publicidad, es decir, en instrumento de divulgación de opiniones individuales caracterizadas como sociales y sometidas a juicio público.⁷

Es necesario considerar, además, que la difusión de la prensa no significó la desaparición de los diarios manuscritos, que seguirían siendo el lugar de publicación de lo político e instrumentos de una oralidad y de la propia teatralidad de la lectura en voz alta de esos libelos en cafés (lugares públicos que eran, sobre todo, espacios para la expresión política).⁸ De este modo, si todas esas consideraciones son importantes para entender la construcción como apropiación del concepto de lo público, igualmente fundamental es reflexionar sobre el surgimiento de otra categoría: la opinión pública.

La opinión pública, la multitud, las masas y el 'público fantasma'

Según Raboy,⁹ la idea de opinión pública — entendida como la información, el sentimiento religioso, la facilidad de comunicación y la riqueza material de los individuos que componen una misma comunidad, es decir, aquella que relaciona los conceptos de comunicación y difusión de la información— aparece por primera vez en Londres a comienzos del siglo XIX, en un panfleto titulado *On the Rise, Progress and Present State of Public Opinion in Britain and other Parts of the World*. Según el autor, ese tratado elogiaba la superioridad moral y política de la sociedad británica en razón de su posición dominante como potencia mundial, que se atribuía al hecho de que el Estado “gobierna para la opinión pública”.

Ya en el siglo XIX, el marxismo revolucionario hacía hincapié en la noción de lucha de clases y dejaba poco espacio a la noción clásica de público. De este modo, el concepto de opinión pública sería durante mucho tiempo blanco de denuncias, visto como construcción ideológica al servicio de la clase dominante. No obstante, en el programa marxista se encuentra una noción de poder popular —es decir, un público— aun cuando se identifica con una clase social en particular.

Utilizada con un claro propósito político, la noción de público pasa a ser central, a partir de la mitad del siglo XIX, en la formulación de los proyectos de legitimación de los Estados-nación. En nombre de lo público, los Estados multiplican intervenciones con el propósito de implantar medidas que buscan, sobre todo, asegurar la expansión del propio capitalismo industrial.¹⁰ Hay que considerar también que las últimas décadas del siglo XIX estuvieron marcadas por la explosión de nuevas tecnologías de la comunicación. La llegada del telégrafo y la telefonía, con apenas treinta años de diferencia (entre 1845 y 1875), fue decisiva para que se pasara a considerar el potencial emancipador de la comunicación. Incluso antes de la aparición de las “redes comunicacionales”, como señala Armand Mattelard, la imagen de red —introducida con los ferrocarriles y la electricidad— presidió la primera

.....
7 Habermas, *op. cit.*, pp. 40-43.

8 Sobre el tema, cfr. particularmente Darnton, Robert, *Boemia literária y revolução*, Rio de Janeiro, Brasiliense, 1993.

9 Raboy, Marc, “Le public fantôme. Un acteur équivoque qui hante les débats sur les médias”, en Proulx, Serge, *Accusé de réception. Le téléspectateur construit par les sciences sociales*, Paris, L'Harmattan, 1998, pp. 99.

10 *Ibid.*, p. 100.

formulación de una ideología redentora de la comunicación. Las redes de comunicación pasaron a ser vistas, entonces, como creadoras de un nuevo lazo universal.¹¹

Jesús Martín-Barbero señala que la idea de una sociedad de masas es mucho más antigua de lo que acostumbran indicar los textos de comunicación. Si inicialmente esta concepción estaba marcada por la idea del miedo de las turbas o de las multitudes, en función de la visibilidad que éstas llegaron a tener en los efectos de la industrialización, hubo todo un movimiento intelectual en el sentido de comprender lo que de hecho se producía en el tejido social. La teoría sobre las nuevas relaciones de las masas con la sociedad, continúa Martín-Barbero, “constituirá uno de los pilares fundamentales de la racionalización con que se recompone la hegemonía y se re-adeúa el papel de una burguesía que, de revolucionaria, pasa en ese momento a controlar y frenar cualquier revolución”.¹²

Es necesario considerar también que se vivía un período de crecimiento de la alfabetización y la urbanización, lo que posibilitaba que un mayor número de personas tuviera acceso al conjunto de la producción impresa. La implantación del cine, por otro lado, anunciaba la llegada de una época nueva para la diversión y el ocio, y provocaba debates en torno a los usos sociales y culturales de esa nueva tecnología.

El miedo a las multitudes revolucionarias, representadas por los movimientos populares de los que la Comuna de París se convirtió en un símbolo, originó una serie de estudios, a partir de finales del siglo XIX e inicios del XX, cuyo sentido primario era comprender el control de las masas calificadas de irracionales. Ejemplo de ellos son los estudios de Gabriel Tarde, en particular *La opinión y la muchedumbre*, publicado en 1901, y *La psicología de la multitud*, de Gustave Le Bon. Para este último la civilización industrial no era posible sin la formación de multitudes, y su modo de existencia era la turbulencia, comportamiento que afloraba cuando se hacía visible el “alma colectiva” de la masa.¹³

Mientras que para Le Bon la multitud era una amenaza a la civilización y era necesario entender de qué forma se podía manipular su psicología seduciéndola con imágenes, Tarde ponía el relieve en la constitución de un público donde antes se hablaba de multitud, como consecuencia de las nuevas tecnologías de comunicación. Las corrientes de opinión, formadas a partir de ideas divididas, incluso entre personas que no se conocían, eran consecuentes con el desarrollo de esas tecnologías representadas por la prensa, el telégrafo y la impresión, y hacían posible la construcción de lo público.

En *La opinión y la muchedumbre*, la masa era convertida en público y las creencias, en opinión. El público era la comunidad que se adhería mentalmente a las creencias divulgadas a distancia. El público de las ferias populares y el teatro —libre, agitado y ruidoso— pasaría a ser el público pasivo de una cultura del espectáculo y se convertiría en una masa silenciosa y asustada.¹⁴

Otro teórico importante de este período es el sociólogo estadounidense Robert E. Park, quien inició una reflexión sobre el tema en 1900, a partir de un análisis crítico de la prensa. Según Park, la información de los medios desempeñaba para el público el mismo papel que la percepción para el individuo. La información era la base de la opinión pública, que hacía posible la sociedad política, pero cada individuo evolucionaba dentro de su propio universo. La opinión pública, por lo tanto, sólo se formaba cuando se podían confrontar diversas interpretaciones de la realidad.¹⁵



.....

11 Mattelard, Armand, *L'invention de la communication*. París, La Découverte, 1994, p. 101.

12 Martín-Barbero, Jesús, *Dos meios às mediações*, Rio de Janeiro, UFRJ, 1997, p. 44.

13 *Ibid.*, p. 47.

14 *Ibid.*, p. 51.

15 Raboy, *op. cit.*, p. 102.

Los acontecimientos de los primeros treinta años del siglo XX llevaron el pensamiento sobre la sociedad a una paradoja. La guerra de los cuarenta años, como la denomina Hobsbawn, y todas sus subguerras —la revolución bolchevique, el surgimiento y avance del fascismo— contribuyeron a la difusión generalizada del miedo al desastre definitivo que el mundo estaba a punto de vivir. En contexto se sitúan los estudios de Walter Lippmann, en los que ocupa un lugar privilegiado la reflexión sobre el papel del público en los regímenes políticos democráticos. Al analizar la multitud irresponsable de Le Bon, Lippmann anuncia el papel del 'pueblo' en las democracias: escoger bien los representantes. En sus estudios posteriores, esa idea de ciudadano soberano entra en crisis. Para Lippmann, la opinión pública era una especie de fuerza de reserva lista a ser movilizad cuando sucedía alguna crisis. En ese sentido, el público se transforma en una abstracción teórica y, por lo tanto, en un fantasma.¹⁶

Con el desplazamiento de la primacía política y económica de Europa a Estados Unidos, después de la Segunda Guerra Mundial, se desplaza también el eje central de las discusiones en torno al tema del público. Mientras que en Europa la sociedad de masas representaba, en la reflexión del momento, la degradación y negación de la cultura, para los teóricos estadounidenses de los años 1940-1950 la cultura de masas significaba la reafirmación de la propia democracia.

En Estados Unidos, las investigaciones se centralizaron en el *Bureau of Applied Social Research*, de la Universidad de Columbia, bajo la dirección de Paul Lazarsfeld. Desde la década de los cuarenta, los estudios de este autor —enfocados en el papel de la comunicación masiva en los procesos de decisión— tenían como premisa los efectos que los medios de comunicación podrían tener sobre el público, mientras que destacaban la dependencia de las variables de situación y de predisposición: edad, historia familiar, filiación política.

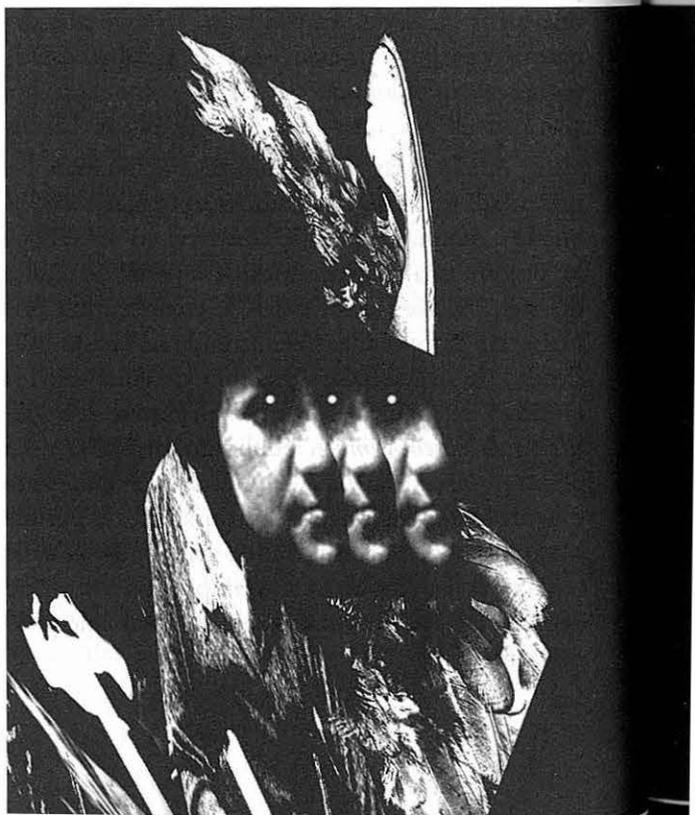
.....

16 Lippmann, W., *The Phantom Public*. Nueva York, Harcourt Brace, 1925.

17 Mills, Charles Wright, *L'élite du pouvoir*, París, Maspero, 1956.

18 *Ibid.*, pp. 310-311.

Debemos referirnos también a las teorías de Charles Wright Mills, un sociólogo que gravitaba en torno a Lazarsfeld y uno de los pioneros de la llamada sociología crítica estadounidense. Mills contrapuso la noción clásica de público a la de masa, concepto fundamental en los escritos de los autores de la Escuela de Fráncfort, particularmente de Adorno y Horkheimer. Para Mills, los medios ejercían un papel fundamental en la constitución de la sociedad de masas, tendiente a sustituir la comunidad de públicos.¹⁷ La comunidad de públicos posibilita la expresión de la opinión de quienes reciben los medios; en contraste, en la sociedad de masas la comunicación, de la manera como está organizada, hace difícil, si no imposible, la eficaz y pronta respuesta del individuo. Son las autoridades las que organizan y canalizan las acciones, para evitar que las masas tengan cualquier tipo de autonomía. Continuando con el paralelo entre los dos conceptos, Mills añade que en la comunidad de públicos el medio de comunicación es la discusión, mientras que en la sociedad de masas son los medios los que se organizan como comunicación dominante. Los públicos se convierten en mercados para los medios, conformados por todos los individuos expuestos al contenido de los diversos medios de comunicación.¹⁸



Habermas y su arqueología del público

La obra prolífera de Jürgen Habermas, publicada en 1962 y que en español recibió el nombre de *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*,¹⁹ constituye la reflexión más densa producida en la década de los sesenta sobre el tema de lo público. Según el propio autor, se trata de producir una arqueología de lo público procurando identificar cómo se dio la formación y la desintegración de los lugares en los cuales se debatían los temas de interés general. Para Habermas, tal esfera pública ya existía, pero se transformó en función de sus relaciones con los intereses tácticos o de mercado.

Herederero de la tradición de Arendt, Habermas centra su análisis en la idea de la muerte de la política a partir del desarrollo de una esfera pública comercial. Con la subordinación de la democracia a la política y a la actividad económica, en el instante en que el acceso a la información se hace presente —a través de las instituciones de difusión—, se crea la esfera pública burguesa. El espacio público pasa a ser dominio de la mediatización entre sociedad, economía y Estado, donde el público produce una opinión susceptible de influir en la vida pública.

Con la mercantilización de la comunicación, que se inició con la difusión de la prensa, se da la transformación del espacio público. Las audiencias pierden su capacidad crítica, al convertirse en un producto de la cultura de masas, y el público pasa a ser un espacio de consumo. Si en el modelo liberal las instituciones públicas estaban protegidas por la intervención del poder, a medida que ellas pasan a estar sometidas a los efectos de la comercialización y la concentración, se convierten en complejas depositarias de un poder social. Al estar bajo el control privado, hay una amenaza a la crítica y al funcionamiento de la prensa en el sentido más amplio.

Los *medios masivos* adquieren eficacia y son responsables directos del dominio público en cuanto esfera. La gran cantidad de intereses privados representados en los medios provoca transformacio-



nes en esa esfera pública, de suerte que los intereses de personas particulares se presentan como públicos. Y en la medida en que la publicidad comercial se ampara en esa esfera pública, ciertas personas privadas comienzan a ejercer su influencia, como propietarios, sobre la totalidad de los individuos y forman el público. Ésa es, grosso modo, la tesis central de Habermas. Se percibe en ese pensamiento preocupaciones pesimistas, como las de Lippmann, Mills y Park. Y no podría ser de otro modo para un heredero directo del fundador de la Escuela de Fráncfort.

Treinta años más tarde, en el prólogo de la decimoséptima edición en alemán de *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, Habermas escribió: "Si hiciera hoy de nuevo un análisis de la transformación estructural del espacio público, no podría determinar las consecuencias para una teoría de la democracia. Tal vez este análisis ofrecería una apreciación menos pesimista y mostraría una perspectiva puramente hipotética".²⁰ Después de su aparición, la tesis de Habermas fue duramente criticada, en particular, por haber construido una esfera pública cuya existencia se desprendía de una hipótesis: una esfera que, siendo ficticia mas no histórica, excluía exactamente a los llamados excluidos de la historia: las mujeres, los pobres y los pueblos colonizados. Sin embargo, su idea más importante es que lo público puede influenciar los procesos políticos y convertirse en un elemento fundamental en la elaboración de una teoría de la democracia: no se puede hablar de democracia sin espacio público.

.....

19 Habermas, *op. cit.*

20 Habermas, Jürgen, "L'espace public, 30 ans après", en *Quaderni*, No. 18, 1992, p. 188.

El público gana voz y espacio

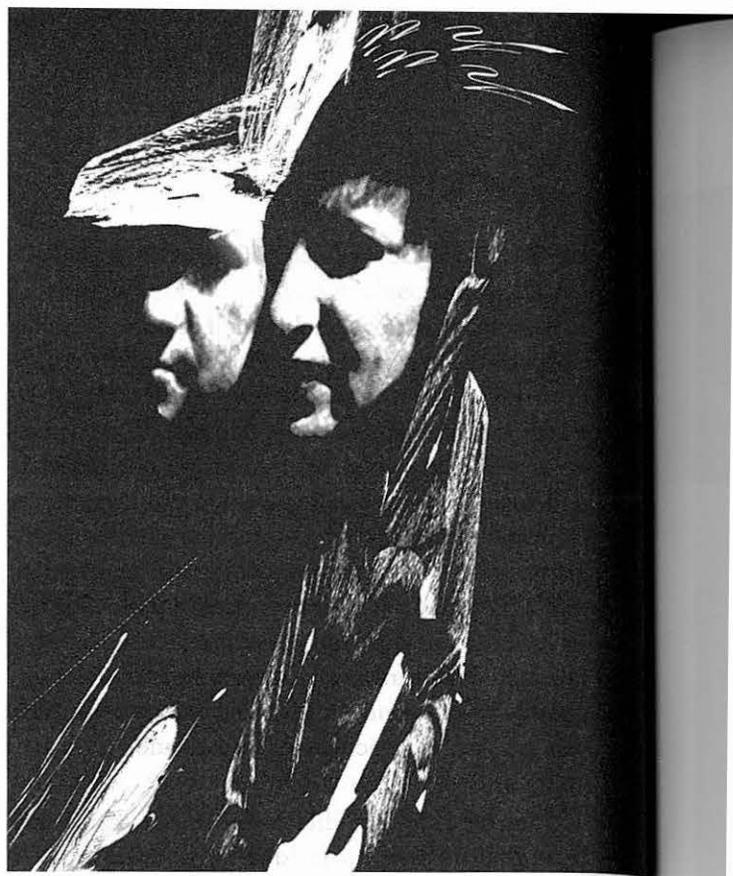
El tema del público ha ganado en los últimos treinta años un espacio de mayor relevancia, al considerar en su reflexión la cuestión de la libertad creadora del público, es decir, la posibilidad de considerar las formas de apropiación de los mensajes que ciertamente no se reducen a las expectativas de los productores. Influenciados por los estudios realizados a partir de la década de los sesenta, en Inglaterra, los estudios culturales — sobre los cuales las reflexiones iniciales del historiador E. P. Thompson, de Raymond Williams y del antropólogo R. Hoggart fueron fundamentales— pasaron a considerar la posibilidad de que el público inventara significados o se apropiara de manera diferenciada de los mensajes que le llegaban a través de los medios. La libertad creadora es la posibilidad de cazar significados y de emplear tácticas en medio de las estrategias, para utilizar expresiones muy caras a Michel de Certeau.

Al incluir en el análisis de los estudios culturales la historia del pueblo común, parodiando una expresión de Thompson, se hizo hincapié también en la posibilidad de construir significados o lecturas plurales de esos mismos actores sociales. Se dio realce a las “culturas del pueblo” y sus lecturas, así como a sus maneras de establecer significados, que varían de una cultura a otra. El público empezó a ser considerado como aquel que produce discursos en lo cotidiano, que interpreta narrativas y que produce otras de su propia existencia. En últimas, la interpretación depende no sólo de las relaciones que se establecen entre el autor y la obra, sino de la propia significación del enunciado en el sistema donde está incluido. Así, en todo enunciado se puede identificar, por un lado, un acto de locución — el acuerdo lingüístico— y, por otro, la evocación de una cierta realidad, cuya existencia es conferida por el propio enunciado.²¹

.....

21 Todorov, Tzvetan, *A estrutura narrativa*, Rio de Janeiro, Perspectiva, 1979, pp. 41-61.

22 Certeau, Michel de, *A invenção do quotidiano. Artes de fazer*, Petrópolis, Vozes, 1996, p. 72.



Así pues, público pasa a ser, como lo dijimos al iniciar este texto, no sólo adjetivo, sino, sobre todo, sustantivo y verbo. El público está inserto en una narrativa produciendo significados a partir de una acción histórica. El público se considera usuario, en el sentido empleado por Certeau; se visualizan las mediaciones, en el sentido construido por Martín-Barbero, o se percibe su operación de traducción o de interpretación, en el sentido de Paul Ricoeur. La idea central es que los usuarios, o el público, se apropian activamente de los mensajes culturales que les son dirigidos y no son receptores pasivos. El público pasa a ser usuario cuando hace interpretaciones o, en palabras de Certeau, actividades de lectura. Lecturas de una cotidianidad cultural rica y plural.

La actividad de lectura tiene todas las características de una producción silenciosa: se deriva a través de las páginas, es una metamorfosis del texto a través del ojo del viajero, una improvisación de significados inducidos de algunas palabras, una decoración de espacios escritos, una danza efímera. [...]

El lector insinúa las rutas del placer y una representación de otro en el texto: se transporta al texto, se hace plural con los barullos del cuerpo. Rutas, metamorfosis, combinación. Esta producción es también una invención de la memoria. Lo legible se transforma en memorable. Un mundo diferente (el del lector) se introduce en el lugar del autor.²²

Entonces, cuando se produce ese juego narrativo, cuando el lector se pasea cazando significados, se transforma en público, con el sentido que esta palabra acarrea, después de cinco siglos de construcción de significados.

Bibliografía

- Arendt, Hannah, *A condição humana*, Rio de Janeiro, Forense, 1983.
- Certeau, Michel de, *A invenção do quotidiano. Artes de fazer*, Petrópolis, Vozes, 1996.
- Curran, James, "Mass Media and Democracy. A Reappraisal", en Curran, J. y Gurevich, M., *Mass Media and Society*, Londres, Edward Arnold, 1992, pp. 882-117.
- Darnton, Robert, *Boemia literária y revolução*, Rio de Janeiro, Brasiliense, 1993.
- Dayan, Daniel, "Les mystères de la réception", en *Débat*, No. 71, 1992, pp. 146-162.
- Garin, Eugenio, *La revolución cultural del Renacimiento*, Barcelona, Crítica, 1981.
- Habermas, Jürgen, "L'espace public, 30 ans après", en *Quaderni*, No. 18, 1992, pp. 161-191.
- _____, *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*, Barcelona, Gustavo Gili, 1981.
- Lippmann, Walter. *The Phantom Public*. Nueva York, Harcourt Brace, 1925.
- Martín-Barbero, Jesús, *Dos meios às mediações*, Rio de Janeiro, UFRJ, 1997.
- Mattelard, Armand, *L'invention de la communication*. París, La Découverte, 1994.
- Mills, Charles Wright, *L'élite du pouvoir*, París, Maspero, 1969.
- Raboy, Marc, "Le public fantôme. Un acteur équivoque qui hante les débats sur les médias", en Proulx, Serge, *Accusé de réception. Le téléspectateur construit par les sciences sociales*, Paris, L'Harmattan, 1998.
- Todorov, Tzvetnan, *A estrutura narrativa*, Rio de Janeiro, Perspectiva, 1979.
- Vovelle, Michel, "A história das mentalidades", en *Ler História*, Lisboa, No. 8, 1986.

