

# UMA ESTRANHA CRIATURA

*Publics and Counterpublics*, de  
Michael Warner

Gustavo Frota Lima e Silva\*

*Resenha de WARNER, M. Publics and Counterpublics. New York, NY: Zone Books, 2002. 334 páginas.*

O que é um público? A partir de quais dispositivos sócio-históricos e retóricos uma tal forma ganha o estatuto de entidade social? São esses os questionamentos a partir dos quais Michael Warner enquadra seu projeto político-intelectual de mais de uma década, representado pelos oito artigos reunidos em *Publics and Counterpublics* (Warner 2002). Já na primeira frase da obra, o autor nos adverte: “Públicos são criaturas queer” (2002: 7), entes intrinsecamente estranhos. Haveria, na própria forma da publicidade, um processo eivado de ambiguidades e contradições que torna possível que você, leitora ou leitor desta resenha,

---

\* Doutorando do Departamento de Ciência Política da Universidade de São Paulo. E-mail para contato: [gustavolimaesilva@usp.br](mailto:gustavolimaesilva@usp.br)

passa a constituir o “público” para o qual minhas palavras são endereçadas. Dito de outro modo, a cada vez que nos dirigimos a um público, como faço agora ao escrever este texto, o tomamos como uma realidade fática, uma rede concreta de sujeitos. Entretanto, esclarece Warner, públicos existem em virtude do fato de que os imaginamos; são, em verdade, um tipo de “ficção prática” (p. 8) que ganha vida como forma cultural. Proponho, aqui, que nos aproximemos, junto com Warner, do fenômeno da publicidade, sem, com isso, pretender resolver ou mesmo apaziguar a estranheza que lhe é própria.

Na introdução de sua coletânea, Warner postula que, para que nos interroguemos sobre a natureza dos públicos, devemos inicialmente ter em conta dois fatos aparentemente contraditórios. O primeiro diz respeito à historicidade contingencial que a categoria parece pressupor, ou seja, às variações significativas que decorrem de seu aparecimento entre diversos contextos, redes institucionais ou modalidades retóricas. Já o segundo diz respeito à inteligibilidade funcional da ideia de públicos através de uma gama enorme de contextos. “Como é possível que os leitores da Londres do século XVIII e os espectadores de cinema da Hong Kong do século XXI pertençam a públicos da mesma maneira?” (2002: 9). De fato, que tipo de abordagem teórica poderia dar conta dessa contradição aparente entre o contextualismo e o transcontextualismo da publicidade?

A escolha pela manutenção dessa tensão determina que, de saída, excluamos duas possibilidades de enquadramento teórico: o sistematismo acultural, que ignoraria a maneira pela qual a categoria de público pode adaptar-se ou ser imposta a diferentes

contextos; e o nominalismo cético, que renunciaria à questão da tradução cultural da forma “público” em favor de uma abordagem segundo a qual esta seria “nada mais do que os sujeitos de determinado contexto pensem que ela seja” (2002: 11). Warner insiste que a ideia de público possui uma dimensão metacultural, ou seja, que “dá forma a uma tensão entre o geral e o particular que torna difícil uma análise que parta exclusivamente de qualquer uma dessas perspectivas” (2002: 11).

A solução proposta pelo autor parte, então, de uma metodologia que privilegia a interação contínua e mutuamente constitutiva entre a forma “público” e a forma “texto”. Entram em questão tanto as condições de possibilidade para o surgimento de um artefato textual enquanto tal quanto os efeitos performativos deste sobre a subjetivação e a autorreflexividade dos sujeitos que compõem um público. Trata-se, em verdade, de uma abordagem que busca promover uma espécie de recepção da obra de Jürgen Habermas (Habermas 2014) pelo campo dos estudos literários e culturais, em contraposição às análises empíricas das ciências sociais. Assim, Warner propõe que se opere metodologicamente de modo interpretativo e sensível à forma das categorias em análise, em direção a um entendimento histórico do fenômeno da publicidade que esteja constantemente atento às dinâmicas da textualidade. Desse modo, Warner alerta-nos de que “os procedimentos do livro parecerão estranhos, possivelmente bobos, àqueles no campo das ciências sociais para quem o público é uma entidade que simplesmente existe e deve ser empiricamente estudada” (Warner 2002: 15). Contra essa tendência “científica” de considerar que uma análise empírica

deva significar algo mais definitivo e menos interpretativo, o autor nos convida a dirigir nossa atenção para os processos que determinam que essa ficção chamada público torne-se realidade.

É preciso termos em mente, entretanto, que, se Warner promove uma tradução das teorias da esfera pública para o campo dos estudos literários e culturais, esse processo não se dá de forma linear, mas transformadora. Isso porque, quando lidamos com o fenômeno da publicidade, os métodos usuais da crítica literária são tão inadequados quanto os das ciências sociais; na medida em que estes partem do princípio de que os públicos são entidades empíricas discretas, aqueles o fazem em relação aos textos. No entanto, do ponto de vista de uma investigação do público como fenômeno, textos não podem ser considerados como entidades simplesmente existentes. Configuram, de fato, um fenômeno cuja “textualidade” é conferida pelo próprio público. Nesse sentido, o público é a condição de possibilidade para que certas expressões da linguagem sejam tomadas enquanto texto. Assim, “público” e “texto” aparecem como entidades mutuamente determinantes. E é sobre a tentativa de descrever e entender esse processo infinitamente complexo e bastante opaco que Warner se debruça nos artigos reunidos em *Publics and Counterpublics*.

Uma amostra da opacidade do empreendimento do autor pode ser experimentada pela leitura de uma das primeiras definições abrangentes de público que ele oferece a seus leitores. Vamos a ela:

Públicos são essencialmente intertextuais,  
enquadramentos para o entendimento de textos contra

um pano de fundo organizado por outros textos, todos entretecidos não apenas por referências citacionais, mas pela incorporação de um campo de circulação reflexivo em seus modos de endereçamento e consumo. E tal circulação, ainda que se torne reflexiva pelos meios da textualidade, é mais que textual – especialmente agora, no século XXI, quando os textos de circulação pública são frequentemente visuais ou, de qualquer forma, não mais mediados pelo formato do códice (Warner 2002: 16).

A dificuldade de entendimento de tal definição não representa um lapso da escrita de Warner. De fato, as próprias condições de circulação das ideias intelectuais complexas, como essas representadas no trecho em destaque, são explicitamente discutidas no capítulo 3 da obra, *Styles of Intellectual Publics*. Não se trata, em outras palavras, de um efeito involuntário provocado pelo texto, mas de um modo de endereçamento que busca figurar na própria linguagem a opacidade ou, por que não, a estranheza dos fenômenos socioculturais discutidos. Se o sentido das distinções entre, por exemplo, o público e o texto, ou o público e o privado, parece muitas entrar em colapso ou em curto-circuito nos artigos da coletânea, temos de ter em mente que o projeto político do autor passa justamente por problematizar esses binarismos, abordando as categorias como processos sociodinâmicos de (auto)constituição e desconstituição que, ainda que passem por momentos autorreflexivos, nunca estão totalmente no controle dos sujeitos. Nas palavras de Warner: “Há a tentação de pensar sobre os públicos como algo que criamos por meio do heroísmo individual ou da inspiração criativa ou da boa vontade comum. Grande parte do processo,

entretanto, permanece invisível à consciência e à agência reflexiva” (2002: 14).

Ainda assim, também é verdade que os temas discutidos em *Publics and Counterpublics* poderiam ter outra articulação e, a partir disso, outros endereçamentos. Em *The Trouble with Normal* (Warner 1999), por exemplo, o autor figura muitas dessas mesmas questões a partir de outras mediações retóricas, de modo a produzir um trabalho em linguagem consideravelmente mais direta e tática que visa a uma intervenção política pontual, engendrada de modo polemista. Tal intervenção busca estabelecer uma crítica às estratégias integracionistas dos movimentos sociais gays e lésbicos norteamericanos da década de 1990, de maneira a propor uma alternativa *queer* aos modos de organização sociais baseados na família burguesa e no heterossexismo de maneira mais ampla. É importante notar, entretanto, que, em *Publics and Counterpublics*, essa mesma distinção política entre o ativismo identitário gay e lésbico e o ativismo *queer* é posta em questão como um problema de mediação entre diferentes públicos, ou mesmo como um problema de mediação entre públicos e o que o autor denomina contrapúblicos. No capítulo 6, *Something Queer about the Nation State*, Warner nos alerta para o fato de que as retóricas gays e lésbicas e as retóricas *queer* não caracterizam diferentes épocas ou mesmo diferentes populações, mas diferentes contextos. Assim:

Ativistas *queer* são também gays e lésbicas em outros contextos – como, por exemplo, quando podem obter vantagens por meio da propriedade de caráter burguês, ou por meio de discursos de direitos de minorias, ou por

meio da linguagem com marcações de gênero [...]. Ninguém adere a autocaracterizações *queer* o tempo todo. Mesmo quando alguns entre nós fazemos isso, pode ser uma forma de explorar retóricas de modo que pouco tem a ver com nossos caracteres, identidades, *selves* ou psiques. A retórica *queer* nem satura nem suplanta a identidade. A política *queer*, em suma, não substituiu modos mais antigos de política gay e lésbica, mas passou a coexistir com esses modos, abrindo novas possibilidades e problemas cuja relação com problemas mais familiares nem sempre está clara (Warner 2002: 213).

Em certo sentido, a passagem em destaque exemplifica a pertinência da metodologia analítica proposta pelo autor. Quando falamos sobre públicos gays e lésbicos e contrapúblicos *queer*, por exemplo, não estamos nos referindo necessariamente a diferentes *sujeitos concretos*, como seríamos tentados a fazer a partir de uma perspectiva sociológica, mas a diferentes formas de produção, circulação e consumo de materiais textuais, sempre entendidos de maneira ampliada. Desse modo, analisar o ativismo político, dentre outros fenômenos, a partir da perspectiva da publicidade, permite que a categoria de público emergja em todo seu potencial performativo e produtor de subjetividades, como uma forma de vínculo social que determina de maneira fundamental as maneiras pelas quais agimos sobre o mundo e nos portamos uns em relação aos outros.

A leitora ou o leitor desta resenha já deve ter percebido que, além dos temas analisados, as estratégias retóricas e metodológicas engendradas por Warner, da desconstrução conceitual à opacidade linguística, da tematização da

subjetivação pública à problematização da agência autorreflexiva, são hoje, mais de duas décadas depois da publicação original de *Publics and Counterpublics*, facilmente identificadas com o campo do conhecimento que contemporaneamente denominamos Teoria Queer. De fato, os artigos da coletânea trazem ao primeiro plano, de maneira frequente, o potencial de desestabilização social que a tematização pública da sexualidade e do gênero carrega consigo. Afinal, como pontua Warner no primeiro capítulo da coletânea, *Public and Private*, “qualquer tentativa organizada de transformar o gênero e a sexualidade é um questionamento público da vida privada” (2002: 31). O livro pode ser lido, assim, como parte da história da consolidação da Teoria Queer enquanto disciplina acadêmica. Nessa chave, o artigo mais antigo da coletânea, *The Mass Public and The Mass Subject*, publicado originalmente em 1991, propõe preocupações *queer* relativas aos estudos da Esfera Pública que serão retrabalhadas e propostas de modo mais maduro e decisivo no capítulo 2, que dá nome à coletânea. E é justamente a esse capítulo que, nós, estudiosos da Esfera Pública, continuamente retornamos. As elaborações warnerianas deste tipo específico de públicos, os contrapúblicos, como operadores de uma forma de endereçamento e circulação oposicional de ideias que se opõem aos horizontes culturais e retóricos percebidos como dominantes inspirou uma série de trabalhos, tanto no âmbito da Teoria Queer (Cvetkovich 2003) quanto no âmbito das análises empíricas desenvolvidas por cientistas sociais (Rocha e Solano e Medeiros 2021). De fato, os artigos reunidos neste Dossiê dão

mostra da contínua influência de *Publics and Counterpublics* para o pensamento social contemporâneo acerca do estranho fenômeno da publicidade.

## Referências

- CVETKOVICH, A. *An Archive of Feelings*. Durham, NC: Duke University Press, 2003.
- HABERMAS, J. *Mudança Estrutural da Esfera Pública*. São Paulo, SP: Editora Unesp, 2014.
- ROCHA, C., SOLANO, E., MEDEIROS, J. *The Bolsonaro Paradox*. Cham, SW: Springer International Publishing, 2021.
- WARNER, M. *The Trouble with Normal*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1999.
- WARNER, M. *Publics and Counterpublics*. New York, NY: Zone Books, 2002.