



CIDADANIA COMUNICACIONAL

TEORIA, EPISTEMOLOGIA E PESQUISA

*Luiz Signates
Ângela Moraes
(Org.)*



Faculdade de Informação
e Comunicação



UFG
UNIVERSIDADE
FEDERAL DE GOIÁS

CONSELHO EDITORIAL

Programa de Pós-Graduação em Comunicação
Linha de pesquisa: Mídia e Cidadania

Ana Carolina Rocha Pessoa Temer
Ângela Teixeira de Moraes
Claodomilson Fernandes Braga
Dalton Lopes Martins
Luciene de Oliveira Dias
Luiz Antonio Signates Freitas
Magno Luiz Medeiros da Silva
Simone Antoniacci Tuzzo
Tiago Mainieri Oliveira

CIDADANIA COMUNICACIONAL

Teoria, epistemologia e pesquisa

Luiz Signates
Ângela Moraes
(Org.)

© 2016, Luiz Signates, Ângela Moraes

Revisão
Priscilla Guerra Guimarães Bernardes

Projeto gráfico
Alanna Oliva

Capa
André Roberto Custódio Neves

Editoração eletrônica
Alanna Oliva

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Seção de Normalização CEGRAF/ UFG

M827c Moraes, Ângela
 Cidadania comunicacional : teoria, epistemologia e pesquisa /
 Ângela Moraes; Luiz Signates. (Org.). – Goiânia : Gráfica UFG, 2016.
 256 p.

ISBN 978-85-495-0001-4

1. Estudos de comunicação. 2. Comunicação pública. 3. Mídia e
cidadania. I. Título.

CDU 070.378

Catálogo na fonte:
Natalia Rocha CRB1 3054

APRESENTAÇÃO

A cidadania sempre foi muito cara aos estudos da comunicação. Ela aparece como matriz de produção de sentidos nas pesquisas sobre comunicação pública e governamental, a comunicação enquanto direito humano, os processos de apropriação dos meios de comunicação pela sociedade, e ainda quando se discute sobre o discurso legitimador das práticas jornalísticas e midiáticas.

A dimensão mais conhecida dessa relação entre comunicação e cidadania é a instrumental, ou seja, quando a primeira se apresenta como estando a serviço da segunda, ou como forma de dar voz aos cidadãos na reivindicação de seus direitos. Nesse sentido, muito conhecimento é produzido para entender melhor o conceito de

6 cidadania e sua aplicação nos meios de comunicação, mas pouco se sabe da ontologia da comunicação a partir desse conceito.

Esta apreensão do conceito de comunicação é um dos sinalizadores mais evidentes do modo subalterno como tem sido adotado pela perspectiva das ciências sociais em geral. Longe de ser tratada como uma noção definidora, produtora ou, no mínimo, viabilizadora da condição cidadã, a comunicação aparece como um meio, um instrumento, pelo qual a cidadania pode ser alcançada. Tal perspectiva esconde dois problemas: o primeiro, na área das ciências sociais, a ocultação dos processos comunicativos que engendram a própria cidadania, oriunda da invisibilidade do caráter não instrumental da comunicação; e, o segundo, na área da comunicação, o tratamento, pela própria ciência da comunicação, de seu objeto central como subalterno a uma noção relevante, porém externa ao campo.

Esta obra pretende contribuir para adentrar esse problema, expondo-o e, até certo ponto, introduzindo parâmetros para a sua superação. Tal é o tom das discussões epistemológicas que constituem a primeira parte deste livro. Os dois primeiros artigos, o de Luiz Signates e Ângela Moraes, e o de Luiz Martins da Silva, buscam entender a relação nuclear entre comunicação e cidadania, sem que uma se torne mais ou menos importante que a outra. São abordagens novas que trazem a vantagem de introduzir a problemática do lugar da comunicação, para além das tradições teóricas estabilizadas.

Na sequência, os leitores poderão revisitar as diferentes formas de compreensão da cidadania ao longo dos diferentes períodos históricos no ocidente, na relevante contribuição de Lavina Madeira Ribeiro. Esse trabalho mostra como o processo civilizatório, com avanços e recuos, partiu do componente político como único definidor da cidadania, para alcançar um leque amplo de possibilidades de direitos. A autora posiciona, de maneira sólida, como os dois processos, primeiro, o de institucionalização da comunicação, e, mais recentemente, com o surgimento da internet, o de transformação

das relações do público com tais instituições, interferiram diretamente na construção da noção de cidadania, a partir da experiência moderna, até o mundo contemporâneo. A partir de uma percuciente análise histórica e sociológica, o texto contribui especificando concretamente a comunicação na história da cidadania.

A terceira parte se dedica à reflexão contemporânea da comunicação pública. O primeiro artigo é de Elizabeth Brandão, estudiosa de longa data dessa temática, e dedica-se à revisão conceitual atualizadora de uma publicação sua de duas décadas atrás e que ainda hoje é referência obrigatória para os estudos do tema. Este texto parece ter o mesmo condão, ao registrar a relevância crescente com que a noção de comunicação pública assume nas sociedades contemporâneas, como campo de viabilização comunicacional da cidadania.

O segundo texto dessa unidade, de Eugênio Bucci, analisa pragmaticamente a comunicação desenvolvida no âmbito do Estado e orientada ao jornalismo, oferecendo a crítica do Estado anunciante como promotor da confusão entre comunicação pública e o que Bucci subsume como sendo um gênero estatal de publicidade privada. Percebe-se que a comunicação pública continua a ter sentido polissêmico, devido à sua amplitude de foco, especialmente considerando as diferentes realidades dos países de onde vieram os principais autores que chegaram ao Brasil, e as experiências vividas pelos profissionais da área.

A última parte deste livro, contendo cinco artigos, dedica-se ao estudo das relações entre mídia e cidadania.

O texto de Ana Carolina Temer e Simone Tuzzo enfoca, de modo percuciente, como a presença das instituições midiáticas no mundo contemporâneo fez emergir novos desafios para a conceituação da cidadania. As questões da participação política, da informação e da circulação dos sentidos se tornaram fundamentais para a possibilidade da experiência cidadã, razão pela qual, posicionam

as autoras, as práticas de leitura crítica da mídia passam a ter uma singular relevância nos dias de hoje.

Duas contribuições posicionam a internet nas questões da cidadania. A primeira, de natureza ensaística, traz uma reflexão sobre a questão da cidadania no mundo da internet. O artigo de Tiago Manieri e de Douglas Romani efetua um movimento que revisita diferentes concepções de comunicação, inclusive a de comunicação pública. Nesse contexto, o autor especifica como a internet cria a possibilidade de estabelecer uma nova esfera pública orientada para o debate e a mobilização social, atividades comunicacionais sem as quais a cidadania não se opera na vida moderna.

O segundo artigo, de Luis Mauro Sá Martino e Lana Cogo, constitui-se de resultados de uma pesquisa empírica que avaliou as relações entre cidadãos e representantes políticos, movimentada pelas *fanpages* do *Facebook* de vereadores da Câmara Municipal de São Caetano do Sul, em São Paulo. Nesse sentido, revelou-se o potencial interativo e as possibilidades de acompanhamento de mandato, ambas ocorrências sinalizadoras de ações de cidadania em construção, nas relações e conteúdos estabelecidos pelas condições comunicacionais das redes sociais.

O jornalismo, por sua vez, protagoniza as duas contribuições que esta obra oferece. A primeira, de Magno Medeiros, possui caráter ensaístico e perscruta as relações entre o jornalismo e cidadania, na perspectiva crítica dos processos simbólicos, ideológicos e políticos pelos quais a imprensa termina por violar os direitos humanos. O segundo texto, de Dione Oliveira Moura, Reges Schwaab e Noêmia Félix da Silva, constitui uma pesquisa que aborda os modos pelos quais uma temática essencialmente cidadã, a do meio ambiente, é abordada pelos estudos acadêmicos de jornalismo.

O conjunto dessas contribuições demonstra, sobretudo, a preocupação dos estudiosos das questões de comunicação e cidadania, em todo o Brasil, e, especificamente, dos docentes integrantes da

linha de Mídia e Cidadania do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás, de cuja iniciativa surgiu a organização deste livro, em lançar novos olhares para o tema, contribuindo assim para os estudos de interface a que a área se propõe fazer, num momento em que a democracia brasileira vive períodos conturbados que lhe testam a solidez e a permanência.

9

Desejamos a todos uma boa leitura!

Os Organizadores

SUMÁRIO

SUMÁRIO

EPISTEMOLOGIA

- 15 A cidadania como comunicação: estudo sobre a especificidade comunicacional do conceito de cidadania

Luiz Signates, Ângela Moraes

- 37 Informação e Mudança: repensando o conceito de comunicação e de processo na comunicação social

Luiz Martins da Silva

HISTÓRIA

- 69 A condição cidadã

Lavina Madeira Ribeiro

COMUNICAÇÃO PÚBLICA

- 113 Comunicação Pública: 17 anos depois
Elizabeth Pazito Brandão
- 131 A Hipertrofia do Estado anunciante
Eugênio Bucci

MÍDIA E CIDADANIA

- 149 Revisão crítica da relação entre a comunicação e a cidadania:
um estudo sobre a mídia
Ana Carolina Rocha Pessoa Temer, Simone Antoniaci Tuzzo
- 171 Comunicação, internet e contra-hegemonia: o interesse público na sociedade midiaticizada
Tiago Mainiere, Douglas Romani
- 195 Visibilidade política nas mídias digitais: *fanpages* de vereadores de São Caetano do Sul
Luís Mauro Sá Martino, Lanna Sanches Dogo
- 213 Cidadania, direitos humanos e jornalismo: percalços históricos e violência institucionalizada
Magno Medeiros
- 229 Leituras conceituais sobre jornalismo e meio ambiente
Dione Oliveira Moura, Reges Schwaab, Noémia Félix da Silva
- 251 Os autores

MÍDIA E CIDADANIA

REVISÃO CRÍTICA DA RELAÇÃO ENTRE A COMUNICAÇÃO E A CIDADANIA:

*Um estudo sobre a mídia*¹

Ana Carolina Rocha Pessôa Temer

Simone Antoniaci Tuzzo

Considerações Iniciais

O modelo tradicional, *fonte-mensagem-canal-receptor*, há muito tem se mostrado insuficiente para o estudo dos processos de comunicação. A comunicação não é apenas mais uma atividade humana, é atividade ação que define sua humanidade, sendo essencial para o desenvolvimento da racionalidade e para a formação dos grupos sociais, das comunidades e sociedades,

[1] Esta é uma versão revista e ampliada do trabalho – Rupturas metodológicas para uma leitura crítica da relação entre a comunicação e a cidadania – apresentado no XI LUSOCOM, em abril de 2014, na Faculdade de Ciências Sociais e da Comunicação da Universidade de Vigo – Campus de Pontevedra – Galícia – Espanha.

Uma das possibilidades que a comunicação forneceu às comunidades foi a normatização da vida social; a criação de regras, normas de sobrevivência, de interpretações culturais da vida comunitária. O uso criativo e dinâmico da comunicação estratégica e simbólica por meio de linguagens sígnicas é também um elemento essencial para chegarmos ao atual estágio de desenvolvimento da humanidade. Considerando a modernidade como uma das fases deste desenvolvimento, a “descoberta” e utilização dos meios de comunicação mediados por técnicas e tecnologias que ampliam seu alcance, ao mesmo tempo potencializam e interferem nos processos comunicativos mudando sua dinâmica e suas consequências. A recepção dos conteúdos (uma nova palavra para a mensagem em tempos de internet) é entendida agora como “atribuição de sentidos” que vem sendo estudada em especial por Kerckhove (2009), onde o receptor não é mais vítima das emissões com fins manipuladores, e passa a ser visto como alguém capaz de perceber que o “espelho midiático” não é uma simples cópia da realidade, sendo possível interpretar os conteúdos comunicacionais conforme as experiências pessoais e o contexto social. A pluralidade de meios e de formas de acesso – TVs segmentadas, rádios na Internet, jornais distribuídos pelo *e-mail*, só para citar alguns – convivem com mudanças comportamentais (inclusive no consumo) que alteram igualmente as formas de exercer a cidadania.

Neste sentido, o estudo dos processos comunicativos mediados e mediatizados é essencial para a compreensão da dinâmica das relações humanas, inclusive (ou principalmente) no que tange à procura e análise dos aspectos essenciais para um modelo social no qual o respeito entre os indivíduos – o reconhecimento de cada um do potencial dos demais – seja o elemento definidor das relações humanas.

O conceito de cidadania que iremos discutir a seguir é um dos elementos definidores dessa relação e, assim como a comunicação, é também um elemento dinâmico. Desta forma, pensar a

comunicação e a cidadania a partir de modelos estáticos é ao mesmo tempo insuficiente e inadequado. Com este ponto de partida, a meta proposta neste texto é refletir sobre aspectos e possibilidades que contribuam para uma compreensão dinâmica sobre a relação entre comunicação e cidadania. 151

Todas essas questões fazem com que a mediação da cidadania nos conceitos e comportamentos seja revista de forma mais crítica, para que possa ser compreendida em maior profundidade, até porque a relação entre a comunicação e a cidadania é somente uma das relações que a construção da cidadania precisa desenvolver, entre as mais variadas formas de sua construção, especialmente onde os meios de comunicação são exatamente os construtores desta cidadania, ainda que façam parte de um complexo sistema existente nesta sociedade.

A cidade como o espaço para diversidade:

Stadtluftmacht frei

Este é um conhecido provérbio alemão, datado da Idade Média, e que significa “o ar da cidade liberta”. A ideia é que a Cidade poderia proporcionar maior liberdade do que a vida no campo, o rural, quando as pessoas estavam ligadas ao âmbito agrário, às propriedades e não podiam se mudar para outros lugares. Neste sentido a liberdade estava absolutamente ligada à questão da localização e do quanto o indivíduo limitava-se a conhecer o que estava geograficamente próximo. Isso incluía também os relacionamentos de amizade, por exemplo.

A palavra *cidadãos* significa os habitantes de uma cidade, também pode significar os indivíduos que possuem direitos sociais, civis e políticos, tendo em vista que cidadania, cidadão e cidade são palavras que possuem a mesma origem semântica. Cidadania vem do latim *civitase* que quer dizer cidade.

Mas a relação entre a cidadania, o cidadão e a cidade é absolutamente imbricadas, não só pela condição semântica, mas, sobretudo, porque na Antiguidade a cidade representava a unidade comunitária e era no espaço público das cidades que aconteciam os encontros dos cidadãos para conversar sobre seus direitos e exercer sua cidadania.

Essa ideia de direitos iguais se sobrepõe à de desigualdade de *status* marcada pela sociedade anterior. A cidadania institui uma relação de direitos e, ainda que certas diferenças hierárquicas permaneçam, como as desigualdades entre as classes sociais, raça e gênero, a cidadania significava que, apesar disso, os cidadãos compartilhavam os mesmos direitos e deveres. A liberdade e a diversidade presentes nas cidades só fizeram expandir esses direitos.

E nessa relação entre a cidadania e a cidade podemos destacar que as pessoas procuravam nas cidades a vida cultural que se desenvolvia nas escolas, nos bares, cafês, bibliotecas e livrarias, com pessoas que vinham de diversos lugares e que formavam a diversidade que acaba resultando em novas criações e atitudes inovadoras.

O problema é que nem todos aqueles que vivem nas cidades usufruem igualmente do direito “à cidade” (ou aos benefícios que surgem a partir da vida urbana), entendido como uma vida decente e com acesso a tudo aquilo que a vida na *urbe* proporciona, incluindo o direito à liberdade de ir e vir, de manifestar opiniões, de poder trabalhar, estudar, morar de forma digna e de ter acesso e manifestar a sua cultura. Além disso, o direito à participação política e o direito à informação. Para isso, não adianta simplesmente esses direitos existirem, mas há de se ter a possibilidade de exercê-los.

Por isso mesmo, outros conceitos derivados de cidadania foram sendo criados, para identificar aqueles que não estavam no exercício pleno de cidadania, como os *hipercidadãos*, *subcidadãos*, *cidadania regulada*, *cidadãos em negativo*, *estadania*, entre vários outros.

Andrade (2013, s/p) afirma que:

o espaço é um elemento fundamental da identificação dos cidadãos com as cidades, seja nos seus espaços públicos, como as praças e os parques, nas suas construções referenciais das várias formas de viver, nos espaços do bairro ou mesmo nas suas moradias. Pertencer a uma cidade, a um estado ou a uma nação não é apenas uma condição legal, mas principalmente o compartilhamento de experiências e de vivência dos lugares.

Uma vez que a cidade é o espaço de compartilhamento de experiências, de exercício da cidadania, torna-se também um espaço voltado para a comunicação. De fato, a própria noção de cidadania pressupõe o debate entre iguais – a livre comunicação entre os cidadãos. Não por acaso, uma das condições que acompanham ou que se desenvolve em paralelo ao conceito de cidadania é a noção de liberdade de manifestação do pensamento e a liberdade de imprensa. Fica claro, portanto, que o desenvolvimento do conceito de cidadania, a sua maneira, também foi um fator essencial para o desenvolvimento da configuração atual assumida pelas mídias na contemporaneidade.

A influência da mídia: uma revisão

A relação entre mídia e cidadania nasce do princípio de que a mídia não é um ator social isolado. Como elemento social, ela está sempre inserida em um contexto de ordem sócio-histórica e cultural, e, embora capitaneada pelos interesses do grande capital, tem a necessidade de manter a sintonia com o seu público, elemento do qual é dependente para a sua própria sobrevivência.

Para Rublescki (2013, p. 113), “um campo social consiste numa estrutura de relações, em um espaço socialmente estruturado, onde os agentes que nele se encontram lutam com meios e fins diferenciados, conforme a sua posição”. Rodrigues (1990, p. 152) corrobora, afirmando que “o campo dos *media* é aquele cuja legitimidade expressiva e pragmática é por natureza uma legitimidade delegada dos restantes campos sociais”.

As múltiplas variáveis que interferem nos processos comunicativos fazem com que não exista uma constante do poder formador da mídia, ou mesmo dos seus agendamentos. A hipótese da *agenda setting* é insuficiente porque não trabalha a dimensão completa do jogo midiático. Os novos meios aceleram as trocas de informação, mas a apreensão dos conteúdos ocorre a partir de diferentes graus de acesso à informação e diferentes níveis de valorização desta informação.

Igualmente insuficiente é a hipótese do “espelho”, porque a mídia interage no espelho que ela supostamente retrata, provocando uma espécie de “torcedura” nessa imagem, na direção dos seus interesses. “A agenda existe como função, mas não isolada, à maneira de um instrumento à parte do sujeito” (SODRÉ, 2002, p. 57). Além disso, se pensarmos a mídia como um espelho, também temos que considerar a sociedade nela se espelhando, como um conjunto de infinitos espelhos direcionados um para o outro, cujas imagens se “espelham” *ad infinitum*.

Há uma impossibilidade prática de respostas matemáticas que perturba tanto a emissores como a controladores (Estados, associações, etc.) que tateiam em busca de respostas ou receitas objetivas. Em função disso, a mídia trabalha com experimentações e, em muitos casos, deixa de lado pontos básicos que a vida social (os indivíduos) não pode ignorar.

Se nos pautarmos no pensamento de Rublescki e Barichello (2013, p. 7), podemos considerar que “a circulação das informações está caracterizada pela superação das dicotomias entre emissor/receptor, meio/mensagem, sujeito/mídia”. Mais que isso, o problema ainda pode estar inserido em um processo semântico, onde tentamos explicar fatos, situações, acontecimentos novos com os termos criados anteriormente para designar outras realidades. O próprio conceito de comunicação dirigida ou comunicação massiva é colocado em cheque neste processo.

Cidadania é um conceito fundamentalmente político, ligado à tradição republicana.

No mundo atual, a questão dos meios de comunicação adquire um significado especial, uma vez que estes se inserem em relações de cultura e de sua produção, processos subjacentes de transformação e legitimação social – inclusive dando visibilidade ao Estado e ao desenvolvimento de processos democráticos (Rubim, 2000) e a todo um conjunto de relações econômicas.

Os processos de democratização da sociedade e a própria evolução dos meios de comunicação de massa deram uma nova visibilidade às decisões que antes eram privativas de algumas esferas do poder, os políticos conquistam visibilidade, e usam essa visibilidade como fator decisivo em eleições futuras.

Um ato vale politicamente não só pelo efeito induzido nas suas circunstâncias con-vivenciadas, mas primordialmente pelas repercussões que produz à distância, na realidade-mundo, através da mediação operada pela comunicação midiática. Em outras palavras: ele vale, em boa medida, pelo 'efeito mídia' que se consegue introduzir no ato político. (RUBIM, 2000, p. 58)

Em um mundo marcado pela imagem transmitida ao vivo, a mídia faz uma interpretação cênica da realidade, construindo inflexões, agendas e posicionamentos políticos que, em alguns casos, têm pouco em comum com o que é representado. Essa reconstrução transforma em "produtos" necessidades, políticos e até mesmo conceitos, que passam a ser consumidos a partir de um discurso estetizante, que valoriza a capacidade performática dos candidatos, em detrimento daquilo que realmente é proposto e dos vínculos com a realidade.

Essa questão é reforçada pela ausência ou pelo pouco destaque dado aos conteúdos programáticos de partidos e candidatos. É assim

156 que vemos políticos com vínculos e, eventualmente, até discursos ligados a setores conservadores ou de extrema direita sendo apresentados como opções para o novo, para o revolucionário, ou ainda como opção de crítica ao sistema.

Parte deste posicionamento é função da dinâmica de um sistema de mídias que engloba os modelos autoritário, desenvolvimentista, liberal e, não tão recente, mas menos difundido, de responsabilidade social. Uma dinâmica que tem por princípio a presença dos governos no controle das mídias e que, por força de aspectos político-econômicos e financeiros, entrando no âmbito de atuação dos conglomerados, tende a uma homogeneização midiática.

Em algumas partes do mundo, em especial na antiga União Soviética, e de uma maneira menos radical, nos países latino-americanos em épocas de ditadura ou regimes políticos mais fechados, libertos dos modelos autoritário e desenvolvimentista, é instalado o modelo liberal que tem como princípio a democracia e a liberdade de expressão. Neste modelo não existe censura ou controle e a imprensa, como instituição, estaria “à serviço do cidadão”, informando-os sobre as ações do governo e tudo que pudesse servir para o bem comum (STRAUBHAAR e LAROSE, 2004, p. 271-274). Nesta perspectiva, a Internet vai representar o protótipo de um modelo em que nenhuma autoridade central toma decisões sobre seu conteúdo, as pessoas colocam e retiram as mensagens que desejam, levantando discussões que indicam a realização do ideal anarquista no âmbito da comunicação.

Em meio a isto, em países historicamente mais desenvolvidos, está presente o modelo de responsabilidade social. Neste caso o protótipo seria a BBC (British Broadcasting Corporation), financiada por taxas de licenciamento para evitar controle por parte do governo e de anunciantes, em que diretores e programadores são guiados por uma ética interna forte de responsabilidade para com a sociedade, embora críticos também a acusem de ser elitista e sem contato com a diversificada sociedade britânica. (STRAUBHAAR e LAROSE, 2004, p. 274)

No Brasil, fica clara a diferença de um modelo a outro. De um modo simplificado, aqui a ênfase está na utilização de estratégias de captação de audiência a partir dos símbolos da sociedade de consumo, com base no conceito – ou pré-conceito – de que o público não gosta de política (ou de notícias sobre política): não entende ou não é educado formalmente para fruir conteúdos de substância da cultura culta.

Neste sentido, Paranhos explica que:

Política normalmente é identificada a todo um repertório de golpes baixos. Nela prevaleceria o jogo sujo dos interesses particulares e egoísticos, a atração irresistível pelo poder [...]. A demagogia seria, em geral, a sua senha. Num certo sentido, a caracterização da atividade política como algo que sugere práticas desonestas e promessas não cumpridas, feitas às vésperas das eleições, não deixa de ter procedência. [...] As classes trabalhadoras estão fartas de assistir ao funcionamento da máquina política para, acima de tudo, atender aos interesses das classes dominantes, integradas por grandes industriais, banqueiros, etc. (PARANHOS, 1998, p. 51-52)

Ribeiro vai ainda mais longe e afirma que “os brasileiros enxergam sua política como uma dimensão alienada, sobre a qual não têm controle. Contra ela, supervalorizam o esforço da moral e da dedicação – mas que, apesar de tudo, é apenas moral. Imaginam que seja possível conduzir uma sociedade sem política”. (2000, p. 136)

A cidadania na sociedade midiaticizada²

Ainda que alguns discursos midiáticos valorizem a ética e às questões ligadas à responsabilidade social das empresas de comunicação,

[2] Sodré (2002, p. 21) diferencia sociedade mediada, onde diferentes mídias estão presentes, de sociedade mediaticizada, entendendo que essa última é marcada pela tendência a virtualização ou telerealização das relações humanas, resultante da multiplicação das tecnointerações setoriais. Neste texto, seria suficiente dizer que este é um modelo social em que a importância da mídia extrapola as funções primárias de transmissora de conteúdos e veículos de entretenimento.

158 a prática mostra que para a mídia pouco importa: a fórmula essencial da moral midiática é comprar e vender. (SODRÉ, 2002, p. 63)

No mundo industrializado e marcado pelo capital e pela produção industrial, que transforma cultura em mercadoria, tudo é produzido para o consumo, inclusive ideias, ideais e partidos políticos. Nesse contexto a cidadania é representada pela mídia (e, ousamos dizer, aceita pelo consumidor/receptor) como uma espécie de bem ou utilitário, algo a ser pontualmente reivindicado quando o Estado - sujeito provedor das condições necessárias ao seu bem-estar social individual e coletivo - falha na sua missão.

No entanto, ao ser retratado apenas como provedor dos serviços necessários ao cidadão (e não como espaço para o debate e a delimitação do próprio conceito de cidadania) o receptor/consumidor perde de vista a função estratégica do Estado e se desinteressa pelo seu funcionamento.

Como consequência, o encolhimento do espaço para o debate das questões políticas e das representações sobre o Estado na mídia acontece de forma simultânea ao crescimento do mercado consumidor. De fato, os temas ligados à política - o que em síntese seria uma discussão macro do próprio Estado - estão cada vez mais ausentes da televisão (e da própria mídia de modo geral), sendo substituídos pela visibilidade dada às ações dos políticos (TEMER, 2002), em geral na forma de denúncias de falhas éticas ou mesmo desvios, mas também na exposição de viagens, mudanças "no visual", eventuais romances e amizades, enfim, com foco no indivíduo e não nas ideias.

E não poderia ser de outra forma, uma vez que o consumo é estético, e a estética necessita de um espaço físico real para se manifestar. Neste modelo, o cidadão comum ou todos os cidadãos que não exercem cargos de poder ficam excluídos das grandes decisões que, como em tempos passados, estão restritas aos gabinetes e apenas se tornam diferentes na atualidade, na forma como são expostas

ao público, nas fotos e cenas coloridas em que os “grandes líderes” 159 anunciam de forma agradável e esteticamente trabalhada o resultado de suas deliberações.

O conceito “antigo” de cidadania, aquele no qual prevalece a noção grega de “dever e direito” é vivenciado por meio da simulação e representado em campanhas institucionais e/ou espaços reservados a apelos genéricos (preservação do meio ambiente, erradicação da fome, etc), que pouco ou nada interferem de forma direta e imediata na vida do cidadão.

Consolida-se assim uma espécie de anti-cidadania, na qual o consumidor/receptor escolhe o que menos é importante (a estética), mas é conduzido à sua revelia nas questões realmente significativas.

Para Tuzzo (2005) o papel da mídia na construção da cidadania se firma naquilo que ela pode transmitir de informação para que uma pessoa forme uma opinião e participe da construção da opinião pública. Note que a informação por si não é uma garantia de que isso aconteça, mas sem informação isso é impossível de acontecer.

Compreendendo a relação entre mídia e cidadania

A relação entre mídia e cidadania deve ser compreendida a partir da leitura crítica da mídia, e por extensão, uma leitura crítica da realidade social na qual o processo comunicativo e as relações de cidadania se desenvolvem. Esta relação torna-se possível porque, na perspectiva freiriana “a leitura da palavra não é apenas precedida pela leitura do mundo, mas por certa forma de ‘escrevê-lo’ ou de ‘reescrevê-lo’, quer dizer, de transformá-lo através da nossa prática consciente” (FREIRE, 1989, p. 13).

Nasce desta percepção a noção de leitura crítica da mídia, que se baseia na compreensão de que a comunicação afeta emissores e receptores: afeta os emissores que refazem a cada elaboração (escrita e reescrita) dos conteúdos, os reelaboram racionalmente, ampliando

160 a sua compreensão; e afeta os receptores porque ao terem acesso à novas informações, reelaboram os processos de escolha e de compreensão do mundo. O processo comunicativo, portanto, não nasce a partir do vazio, mas de sua própria vida ou leitura da realidade onde vive, de uma leitura real ou concreta da realidade (ou pelo menos, real para aquele que realiza esta leitura) a partir da qual a percepção/compreensão dos significados é ampliada e modificada pelos processos de comunicação, perfazendo a partir daí a construção de uma realidade modificada (ampliada pelo acesso aos meios, mas também afetada pelos seus conteúdos) que formam a nova percepção do mundo interior do leitor.

A leitura crítica da mídia parte de um princípio inverso da teoria hipodérmica ou bala mágica, que entende que os indivíduos expostos aos meios de comunicação reagem de forma automática e inevitável aos conteúdos destes meios³: a leitura crítica da mídia entende que os indivíduos apreendem os conteúdos, mas vão além dos seus significados imediatos, não se limitando ao ato de decodificar a mensagem.

[...] pela leitura crítica o sujeito abala o mundo das certezas principalmente as da classe dominante, elabora e dinamiza conflitos, organiza sínteses, enfim combate assiduamente qualquer tipo de conformismo, qualquer tipo de escravização às ideias referidas pelos textos (SILVA, 2002, p. 26).

O acesso à informação por meio da comunicação interpessoal amplia e afeta a leitura do mundo de cada indivíduo, em um processo que é marcado inicialmente pela inquietação, seguido de ajustes

[3] A Teoria Hipodérmica ou da Bala Mágica, desenvolvida nos primórdios dos estudos sobre a comunicação, é compreensível quando se analisa a reação inicial a novidade (ou quase magia) que os meios eletro-eletrônicos representaram no momento histórico da ampliação do seu consumo. No entanto, na mesma medida em que a sociedade passou a ter um acesso mais amplo a estes meios, aí incluindo seus usos, efeitos e possibilidades, não apenas esta teoria foi colocada de lado, como também foram desenvolvidos novos modelos para a compreensão dos processos comunicativos.

no mundo interior do leitor por meio da reflexão para, como uma consequência natural do processo, ocorrer aprática consciente, ou seja, um novo sujeito transformado, mas não concluído, uma vez que a essa experiência sempre estarão se sobrepondo novas leituras. O acesso aos meios de comunicação e a conseqüente leitura dos seus conteúdos, amplia e desestabiliza o mundo interior do indivíduo em uma escala maior; uma vez que a quantidade de informação é exponencialmente maior, mas também porque nesta relação o indivíduo também se insere em uma situação na qual ele sabe que muitos outros também estão tendo acesso a essas informações.

A partir desta relação dinâmica do “eu sei e sei que outros também sabem” cria-se um diálogo social, ou seja, um processo de transformação que extrapola o questionamento e anseios das mudanças individuais. No processo da leitura crítica vários indivíduos passam por mudanças que questionam os conhecimentos anteriores, de tal forma que essa leitura muda a percepção da própria cidadania.

Desta forma, ainda que a mídia não seja a única responsável pela construção da cidadania, ela estabelece uma relação de “diálogo social” que permanentemente gera novas formas de entender, explicar, ressignificar essa cidadania, visto que é ela um conceito inacabado, complexo e em constante formação, inclusive mudando de pessoa para pessoa, de lugar para lugar, de cultura para cultura e assim sucessivamente.

Visto que a mídia se constrói em uma relação que envolve a participação e dependência da audiência, o indivíduo/receptor deve ser sempre compreendido como sujeito capaz de absorver conteúdos (embora com diferentes níveis de criticidade). Em função desta relação, a mídia também “dialoga” com estes receptores (ou reage a eles) se apropriando de conceitos que são simpáticos ao seu público, ou que tem uma aceitação fácil no sentido de venda de uma ideia e de participação no processo.

No caso da cidadania, essa relação se evidencia em vários programas de televisão, por exemplo, que possuem o termo “cidadania”

162 em seu título: tais como o “Programa Cidadania”, da TV Senado, “Programa Globo Cidadania” da Rede Globo de Televisão, “Programa Cidadania” da TVE; “TV Cidadania” da OAB/SP. Analisados de forma mais cuidadosa, vemos que neste conjunto há uma miscelânea de conteúdos, desde abordagens sobre os museus e como eles podem ensinar e divertir até o cuidado com o uso exacerbado de celulares que podem prejudicar a saúde. Com o rádio não é diferente, tendo exemplos como o “Programa Cidadania” na Rádio Maceió AM 1020, ligado à Rede Cidadania de Rádio e TV; ou a Rádio Cidadania 104,9 de Avaré-São Paulo; ou ainda a Rádio Cidadania FM 105,3 FM de Jaboatão dos Guararapes em Pernambuco. Da mesma forma que na televisão, a programação dessas rádios inclui de tudo, de música clássica a denúncias de problemas nos bairros. Isso, é claro, somente para citar alguns.

Tuzzo (2014, p. 166) afirma que “a mídia como reorganizadora de sentidos passa a desempenhar um papel importante na construção daquilo que é ser cidadão, ou seja, o que a mídia entende e divulga como sendo cidadania é o que a sociedade compreenderá como sendo real”.

Para Maranhão (2013, s/p):

A banalização da palavra ‘cidadania’ causa confusão no imaginário popular sobre seus significados [...] aqui vale o esclarecimento de nossos critérios do que seja a exemplaridade da cidadania. Muita gente boa confunde cidadania com caridade e solidariedade, ingredientes muito importantes no plano da vida moral, e mesmo emocional, de um cidadão filantropo, sobretudo aqueles que “fazem o bem sem olhar a quem”.

Exemplos recentes, no entanto, têm mostrado que isso não exige as instâncias governamentais em todos os seus níveis (municipais, estaduais e federais) de serem questionados sobre as suas obrigações no tocante à educação, saúde, segurança, transporte público, saneamento básico e assim como outras que levarão, por consequência à

uma inclusão do indivíduo numa cidade mais igualitária, num lugar melhor para se viver⁴. 163

Neste sentido, aliás, é preciso considerar a necessidade de reestruturação do “banalizado” termo “cidadania”. Para Martín-Barbero (2001, p. 288-289) existe a importância de “mudar o lugar a partir do qual as perguntas são formuladas”. Assim, podemos pensar em:

1) Cidadão é aquele que tem participação política;

Se tomarmos como exemplo as ações políticas partidárias, quando comumente são realizadas pesquisas de opinião para conhecimento da opinião pública, a forma de obtenção dos dados pelos grupos políticos induz respostas de forma a produzir o que Sodré (2002, p. 44) chama de *pseudofenômeno político*. Pare ele “o controle estatístico da cidadania pelas sondagens canaliza e orienta certas disposições preexistentes ou latentes (...) a opinião pública existe como uma forma de buscar o que de algum modo já se tem”.

No âmbito político-econômico, em uma perspectiva histórica, no Brasil, por diversas vezes, clamou-se a mulher à ação em nome da cidadania, como por exemplo, por ocasião do Plano Cruzado, quando o então Presidente da República, José Sarney, municiou-se das cidadãs-consumidoras, que se organizaram em grupos de fiscalização, “as fiscais do Sarney”. (TEMER, TONDATO E TUZZO, 2012, p. 27-28):

Os maridos culpavam as mulheres pelo dinheiro que encurtava na hora das compras [...] as mulheres foram fundamentais na manutenção de todos os planos e eram especiais ajudantes dos jornalistas [...] elas eram detalhistas, minuciosas, anotavam tudo, todos os preços [...] elas viram que tudo piorou ao longo da primeira metade da década de 1980, boicotaram a carne quando os preços dispararam na entressafra de 1985

[4] Como, para citar uma situação recente, as manifestações populares ocorridas em junho de 2013 cujo mote inicial foi o preço dos transportes públicos.

e, no Plano Cruzado, acharam que tinham chegado ao paraíso – viraram as fiscais do Sarney. [...] O fenômeno conhecido como “fiscais do Sarney” foi muito mais amplo e profundo do que se imagina. Foi a semente do que se viu nos anos seguintes: um consumidor disposto a defender a economia. (LEITÃO, 2011, p. 59)

2) Cidadania é a possibilidade de utilização dos serviços do Estado/Nação, tais como educação, saúde, emprego, lazer, moradia, educação etc;

3) Cidadania é a inserção de um indivíduo no cenário consumidor e participante da movimentação da economia;

Aqui podemos pensar nas considerações de Temer, Tondato e Tuzzo (2012, p. 52):

Compreendemos consumo entendido como algo que vai além da apropriação de bens que carregam valores de classes que não as dos sujeitos em questão, mas como forma de alcançar as justas aspirações a uma vida mais digna, e o desejo de ascensão, no caso das classes populares, e até uma forma de protesto e expressão de direitos elementares.

Martin-Barbero (2001, p. 290) corrobora, afirmando que “o consumo é [...] lugar de uma luta que não se restringe à posse dos objetos, pois passa ainda mais decisivamente pelos usos que lhes dão forma social e nos quais se inscrevem demandas e dispositivos de ação provenientes de diversas competências culturais”.

Para Canclini (1996, p. 59-60), “é no consumo que diversos aspectos da vida em sociedade se integram, na medida em que realiza a apropriação e usos dos produtos, transformando “desejos em demandas e em atos socialmente regulados”, sendo que “o desejo de possuir ‘o novo’ não atua como algo irracional ou independente da cultura coletiva a que se pertence”.

Temer, Tondato e Tuzzo (2012, p. 52-53) acrescentam que:

Ainda que possamos definir que a cidadania é a prática do convívio em sociedade respeitando padrões sociais e culturais, uma vez que a formação cultural é afetada pela atuação e pelos conteúdos das mídias, a questão da formação do conceito de cidadania, como ela é vivenciada e percebida pelos indivíduos e pela sociedade, só pode ser compreendida em toda a sua complexidade quando analisamos a cidadania a partir dos aspectos pertinentes aos estudos midiáticos e comunicacionais. Aliás, o acesso dos diferentes grupos sociais, inclusive as minorias, aos meios de comunicação midiáticos, modifica a própria percepção do que é cidadania, abrindo espaço para reelaborações do seu conceito. A compreensão do que é cidadania deixa de se basear apenas nas abordagens clássicas, e passa a ser definida também na perspectiva do acesso ao consumo e ao grande volume de informações, elementos que caracterizam uma nova sociedade com marcante presença das empresas de comunicação e pelos interesses do capital.

4) Cidadania é o acesso à informação que levará a uma possibilidade de formação do senso crítico e, conseqüentemente na participação da formação da opinião pública.

Sobre isso é importante lembrarmos de todo processo de transmissão de informação. Para isso, podemos considerar que cada indivíduo é composto por três elementos estruturais:

Cultura, sociedade e personalidade. A cultura é o estoque de saber da comunidade, que contém os conteúdos semânticos da tradição, onde os indivíduos se abastecem dos modelos de interpretação necessários ao convívio social. A sociedade, *strictu sensu*, é composta dos ordenamentos legítimos pelos quais os membros da comunidade regulam suas solidariedades. A personalidade é um conjunto de competências que qualificam um indivíduo para participar da vida social. (ROUANET, 1989, p. 23)

O processo não é tão simples. Ainda que consideremos que não existe formação de opinião sem informação. Só a informação não basta. Além disso, devemos considerar que a formação da opinião

166 pública também envolve conceitos como da contra opinião pública; opinião manifestada, publicada ou conhecida socialmente. Contudo, “é ainda comum vermos a relação entre a formação da opinião pública e as informações veiculadas pelos meios de comunicação de massa”. (TUZZO, 2005, p. 12)

A leitura crítica dos meios muda a percepção da cidadania

As anotações feitas neste texto apontam que tanto a comunicação quanto a cidadania são elementos dinâmicos, que não podem ser traduzidos – ou pelo menos traduzidos com plena exatidão – por meio de frases-conceitos fechados. Fica claro também que assim como o desenvolvimento dos processos comunicativos foi fundamental para a cidadania. Também a cidadania foi fundamental para o desenvolvimento de novos processos comunicativos mediados e mediados, cuja evolução foi constantemente formatada e reformada pelas tecnologias que ampliam e modificam o seu uso, possibilitando novas formas de relações (e até mesmo de interlocução) dos indivíduos com o Estado e com a sociedade, o que consequentemente acaba tecendo novas percepções sobre a própria cidadania.

Ainda sobre a relação dinâmica entre comunicação e cidadania, é necessário compreender que embora dialoguem e sejam interdependentes, cada uma delas muda (evolui) em um ritmo diferenciado, que por sua vez é interdependente e relativizado por outras dinâmicas sociais e até mesmo a aspectos físicos, como a relação com o clima e com grandes tragédias, que podem minimizar ou potencializar aspectos específicos da relação comunicação-cidadania.⁵

Considerados estes pontos, torna-se claro que para entender a relação dinâmica sobre como os meios mudam a percepção da cidadania (ou sobre como a leitura crítica dos meios afeta a percepção

[5] Em exemplo possível (embora simplificado ao extremo) foi a importância que os anos de safras deficientes na Europa tiveram na irrupção da Revolução Francesa.

da cidadania), é necessário também o desenvolvimento de uma percepção mais ampla sobre as bases teóricas metodológicas diferenciadas que compõe o conjunto de conhecimentos que fundamentam o próprio estudo da comunicação, entendendo-o não como perspectivas isoladas, mas como visões complementares que contribuem para uma compreensão mais ampla dos processos comunicativos dialógicos, do papel de modo contínuo que a comunicação exerce nas transformações da sociedade.

De fato, a leitura crítica da mídia deve ser entendida em diferentes graus de possibilidades que, colocados de forma exemplar, pode incluir desde a leitura crítica imediata do receptor aos conteúdos da mídia, até a leitura crítica compreensiva e aprofundada da academia sobre este conteúdo.

Este nível específico de leitura, no entanto, deve incluir alguns aspectos mais aprofundados ou cientificamente delimitados que, sem estarem submetidos aos grilhões das metodologias convencionais, possam delas se utilizar sem a elas se limitar. Na prática, isso significa que as metodologias devem ser vistas como instrumentais que ampliam a compreensão, mas que não se sobrepõem a essa compreensão e nem mesmo substituem a própria leitura da realidade.

Nesta dinâmica, alguns aspectos são fundamentais, entre eles a delimitação histórico-geográfica do contexto no qual se desenvolve a relação comunicação – cidadania, compreendendo as relações de força e de poder que foram construtivas para o estabelecimento da situação estudada. Outra questão fundamental, evidentemente, são os aspectos humanos, como questões relativas à educação, à ética, à ideologia e também às relações de poder, além dos aspectos ligados às normatizações, ou seja, às leis e aos aspectos legais e convencionais que orientam as relações sociais.

Em síntese, é preciso compreender as relações entre a comunicação e a cidadania como uma relação de interdependência e complexidade, da qual não podem ser excluídos – sob o risco de uma

168 compreensão apenas parcial – os aspectos contextuais que determinaram essa relação. Nesta leitura contextual é possível e desejável a utilização de múltiplas formas de análise, ou de múltiplas metodologias, que por sua vez devem ser delimitadas a partir dos objetivos propostos. Parte-se, portanto, da visão paradigmática de que não existem métodos únicos ou ideias, mas métodos adequados a cada especificidade proposta na análise, e que cujos resultados devem ser considerados a partir do conhecimento do contexto no qual se desenvolve o estudo.

A partir desta base, portanto, é a polifonia metodológica que deve guiar o estudo das relações entre a comunicação e a cidadania, entendendo que assumir a polifonia como questão metodológica significa transitar de uma percepção unitária para uma forma de compreensão plural. De forma mais ampla, isso significa também compreender que a leitura crítica da mídia, mesmo em um nível acadêmico, não deve e nem pode prescindir de uma leitura crítica do mundo, mas neste caso, a leitura crítica deve ser realizada a partir de métodos e do conhecimento científico, possibilitando um conhecimento mais aprofundado das circunstâncias determinantes desta relação.

Referências Bibliográficas

ANDRADE, Luciana Teixeira de. **Cultura, Cidade e Cidadania**. Publicado em <http://www.nossasalvador.org.br/site/colunas/171-cultura-cidade-e-cidadania-www.observatoriodasmetropoles.ufrj.br>.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e Cidadãos- Conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1996.

FREIRE, Paulo. **Educação como Prática da Liberdade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.

KERCKHOVE, Derrick de. **A pele da cultura**. São Paulo: Annablume, 2009. 169

LEITÃO, Miriam. **Saga brasileira – a longa luta de um povo por sua moeda**. Rio de Janeiro: Record, 2011.

MARANHÃO, Jorge. **A cidadania no dia-a-dia**. Publicado em <http://www.nossasalvador.org.br/site/colunas/169-a-cidadania-no-dia-a-dia> www.responsabilidadesocial.com/article/article_view.php?id=625

MARQUES DE MELO, José. **Televisão Brasileira: desenvolvimento e perspectivas**. In: Comunicação e Sociedade. Ano XI, nº 19, São Bernardo do Campo: IMS, março, 1993.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

PARANHOS, Adalberto. **Política e cotidiano: as mil e uma faces do poder**. In MARCELLINO, Nelson C. (org.). Introdução às Ciências Sociais. 7ªed Campinas: Papyrus, 1998.

RIBEIRO, Renato Janine. **A sociedade contra o social – o alto custo da vida pública no Brasil**. São Paulo: Cia das Letras, 2000.

ROGRIGUES, Adriano. **Estratégias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1990.

ROUANET, S. P. **Ética iluminista e ética discursiva**. In: Tempo Brasileiro – 98 – Jurgen Habermas: 60 anos. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1989.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. **Comunicação e política**. São Paulo: Hacker, 2000.

RUBLESCKI, Anelise e BARICHELO, Eugenia Mariano da Rocha (Org.) **Ecologia das mídias**. Santa Maria: Facos – UFSM, 2013.

RUBLESCKI, Anelise. **A crise de identidade do jornalismo na nova ecologia midiática**. In: RUBLESCKI, Anelise e BARICHELO, Eugenia Mariano da Rocha (Org.) **Ecologia das mídias**. Santa Maria: Facos – UFSM, 2013, p. 111 – 127.

SILVA, Ezequiel Teodoro da. **Criticidade e Leitura**. Campinas: Mercado das Letras/Associação Leitura do Brasil, 2002.

170 SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear em rede**. Petrópolis (RJ): Vozes, 2002.

STRAUBHAAR, Joseph e LaROSE, Robert. **Comunicação, mídia e tecnologia**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa; TONDATO, Márcia Perencin e TUZZO, Simone Antoniacci. **Mulheres do Sol e da Lua: A televisão e a mulher no mercado de trabalho**. Goiânia: PUC-Goiás, 2012.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. **Notícias & Serviços nos telejornais da Rede Globo**. Rio de Janeiro: Sotese, 2002.

TUZZO, Simone Antoniacci. **Deslumbramento Coletivo: Opinião Pública, mídia e Universidade**. São Paulo: Annablume, 2005.

TUZZO, Simone Antoniacci. **O lado *sub* da cidadania a partir de uma leitura crítica da mídia**. In: PAIVA, Raquel e TUZZO, Simone Antoniacci (Orgs.). *Comunidade, mídia e cidade: possibilidades comunitárias na cidade hoje*. Goiânia: FIC/UFG, 2014. p. 151-180