

RUPTURAS METODOLÓGICAS PARA UMA LEITURA CRÍTICA DA RELAÇÃO ENTRE A COMUNICAÇÃO E A CIDADANIA

Temer, Ana Carolina Rocha Pessôa

Tuzzo, Simone Antoniacci

Universidade Federal de Goiás – UFG

1. Introdução

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.

Uma das possibilidades que a comunicação forneceu às comunidades foi a normatização da vida social, ou seja, 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 sócio-culturais 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 o 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 midiaticizados é essencial para a compreensão da dinâmica das relações humanas, inclusive (ou principalmente) nos aspectos relativos à procura e análise das características 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 discutiremos 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 possibilitem uma compreensão dinâmica sobre a relação entre comunicação e cidadania.

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 onde os meios de comunicação são exatamente os construtores desta cidadania, mas também fazem parte de um complexo sistema existente nesta sociedade.

2. A cidade como o espaço para diversidade: *Stadtluftmachtfrei*

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 campo, 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 *civitas*, que quer dizer cidade.

Mas a relação entre a cidadania, o cidadão e a cidade é absolutamente imbricada, não só pela condição semântica, mas, sobretudo, porque na antiguidade a cidade representava a unidade comunitária; a palavra cidadania deriva de cidade 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 significa que os cidadãos compartilham os mesmos direitos e deveres. A liberdade e a diversidade presentes nas cidades só fizeram expandir esses direitos.

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 e cafés, nas 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 dos benefícios que surgem a partir da vida urbana), entendido como uma vida digna e com acesso a tudo aquilo que a vida na *urbe* proporciona, como 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.

Uma vez que a cidade é o espaço de compartilhamento de experiências, de exercício da cidadania, a cidade também é 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 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 também foi um fator essencial para o desenvolvimento da configuração assumida pelas mídias na contemporaneidade.

3. 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, mas 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.

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. Para Sodré (2002, p. 57), “a agenda existe como função, mas não isolada, à maneira de um instrumento à parte do sujeito”. 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 emissores quanto 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), 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.

4. Cidadania, política e mídia

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.

Para Rubim (2000, p. 58), 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.

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 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. Na visão de Straubhaar e Larose (2004, p. 271-274), neste modelo não existe censura ou controle e a imprensa, como instituição, estaria “a serviço do cidadão”, informando-os sobre as ações do governo e tudo que pudesse servir para o bem comum. 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 países historicamente mais desenvolvidos, está presente o modelo de responsabilidade social. Para Straubhaar e Larose (2004, p. 274), neste caso o protótipo seria a BBC (*British Broadcasting Corporation*), financiado 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.

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.

Paranhos (1998) 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 e 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.

Ribeiro (2000, p. 136) corrobora afirmando 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”.

5. A cidadania na sociedade midiaticizada¹

Sodré (2002, p. 63) acredita que ainda que alguns discursos midiáticos valorizem a ética e questões ligadas à responsabilidade social das empresas de comunicação, a prática mostra que para a mídia pouco importa: a fórmula essencial da moral midiática é comprar e vender.

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) 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 - fica excluído

¹ Sodré (2002, p. 21) diferencia sociedade mediada, onde diferentes mídias estão presentes, de sociedade mediatizada, entendendo que essa última é marcada pela tendência a virtualização ou tele-realização das relações humanas, resultante da multiplicação das tecnointerações setoriais.

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” 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, fim 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 a 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 ele forme uma opinião e participe da formação 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.

6. Compreendendo a relação entre mídia e cidadania

A relação entre mídia e cidadania só pode 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 de Freire (1989, p. 13) “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”.

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) os conteúdos, os reelaboram racionalmente, ampliando a sua compreensão; e afeta os receptores porque ao terem acesso a 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 meios: a leitura crítica

tica 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.

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 no mundo interior do leitor por meio da reflexão para, como uma consequência natural do processo, ocorrer a prática 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 consequente 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.

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.

Como 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, que possuem o termo “cidadania” em seu título: tais como o “Programa Cidadania”, da TV Senado e o “Programa Globo Cidadania” da Rede Globo de Televisão; e também programas de rádio, 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. A programação inclui de tudo, de música clássica a denúncias de problemas nos bairros, abordagens sobre os museus e como eles podem ensinar e divertir, até o cuidado com a saúde.

Para Maranhão (2008): A banalização da palavra ‘cidadania’ causa confusão no imaginário popular sobre seus significados [...]. 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, tem mostrado que isso não exige as instâncias governamentais em todos os seus níveis (municipais, estaduais e federais) de questionamento sobre as suas obrigações no tocante à educação, saúde, segurança, transporte público, saneamento básico e assim sucessivamente que levarão, por consequência, a uma inclusão do indivíduo numa cidade mais igualitária, num lugar melhor para se viver.

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

6.1) 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”, como afirmaram Temer, Tondato e Tuzzo (2012, p. 27 e 28). Para Leitão (2011, p. 59) [...] 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. [...]boicotaram a carne quando os preços dispararam na entressafra de 1985 e, no Plano Cruzado, acharam que tinham chegado ao paraíso – viraram as fiscais do Sarney.

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

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

Aqui podemos pensar nas considerações de Temer et al (2012, p. 52): “Compreendemos consumo 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”.

Temeret al (2012, p. 52 e 53) acrescentam que: “Ainda que possamos definir que a cidadania é a prática do convívio em sociedade respeitando padrões sociais e culturais[...] 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”

6.4) 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.

7. 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 reformatada 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 conseqüentemente 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.

Considerados estes pontos, torna-se claro que para entender a relação dinâmica entre como os meios mudam a percepção da cidadania (ou como a leitura crítica dos meios afeta a percepção 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, compreendendo-os 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 inclui 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 se utilizar delas sem se limitar a elas. 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, ética, 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 incluídos – sob o risco de uma 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, 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

- Freire, P. (1989). *A importância do ato de ler: em três artigos que se completam*. São Paulo: Autores Associados.
- Kerckhove, D. (2009). *A pele da cultura*. São Paulo: Annablume.
- Leitão, M. (2011). *Saga brasileira – a longa luta de um povo por sua moeda*. Rio de Janeiro: Record.
- Maranhão, J. (2008). *A cidadania no dia-a-dia*. Recuperado em 08 de agosto, de www.nossasalvador.org.br/site/colunas/169-a-cidadania-no-dia-a-dia
- Martín-Barbero, J. (2001). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ.
- Paranhos, A. (1998). Política e cotidiano: as mil e uma faces do poder. In Marcellino, N. C. (Org.), *Introdução às Ciências Sociais* (pp. 59-81). Campinas: Papirus.
- Ribeiro, R. J. (2000). *A sociedade contra o social - o alto custo da vida pública no Brasil*. São Paulo: Cia das Letras.
- Rubim, A. A. C. (2000). *Comunicação e política*. São Paulo: Hacker.
- Rublescki, A. e Barichello, E. M. R. (Org.) (2013). *Ecologia das mídias*. Santa Maria: Facos – UFSM.
- Sodré, M. (2002). *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear em rede*. Petrópolis (RJ): Vozes.
- Straubhaar, J. e Larose, R. (2004). *Comunicação, mídia e tecnologia*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.
- Temer, A. C. R. P., Tondato, M. P. e Tuzzo, S. A. (2012). *Mulheres do Sol e da Lua: A televisão e a mulher no mercado de trabalho*. Goiânia: PUC-Goiás.
- Temer, A. C. R. P. (2002). *Notícias & Serviços nos telejornais da Rede Globo*. Rio de Janeiro: Sotese.
- Tuzzo, S. A. (2005). *Deslumbramento Coletivo: Opinião pública, mídia e Universidade*. São Paulo: Annablume.