

Desigualdade Midiática: a cidadania através do consumo e desempenho⁵⁹

J. Antônio CIRINO⁶⁰

Simone Antoniaci TUZZO⁶¹

Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

Resumo

O presente artigo lança olhares e reflexões sobre a atual situação da cidadania na perspectiva da sociedade de consumo que se vê inundada da contemplação do culto ao desempenho, enraizado nas práticas sociais, naturalizados no comportamento e tatuados no corpo simbólico. Propôs-se, através de uma leitura crítica da mídia, designar categorias de cidadãos expressados através da mídia e no sistema capitalista para desvelar e promover um debate à luz dos teóricos, resultando em uma pirâmide da cidadania midiática.

Palavras-chave: cidadania, desempenho, *habitus*, corpo, consumo;

Introdução

O interesse desse construto é avaliar um contexto voltado às discussões da compreensão de cidadania como *status* atribuído através do complexo sistema de comunicação na sociedade midiaticizada. Em outras palavras, ao invés de vislumbrar os estudos dos célebres e não-célebres – ou famosos e anônimos – perspectiva comum em pesquisas de *status*, pretende-se lançar olhares para os célebres do dia-a-dia, que o são por consequência do seu acesso a direitos sociais básicos, como saúde, educação, segurança, transporte, e as questões do convívio em sociedade, como o consumo e a vivência da arte e cultura.

As elucubrações partem da premissa que antes do *status* atribuído devido a visibilidade ou notoriedade de pessoas famosas existe o *status* relacionado aos que são cidadãos plenos, aos que podem gozar das prerrogativas de serem inseridos em uma sociedade *igualitária* e *justa*. Milhares de pessoas são diariamente excluídas da participação da vida social e cultural devido a sua impossibilidade de atingir os padrões de consumo e desempenho exigidos dos indivíduos dentro da sociedade. Tais exigências não surgem apenas do mundo exterior através das diversas

⁵⁹ Trabalho apresentado no GT 2 – Cidadania e Leitura Crítica da Mídia do IX Seminário de Mídia e Cidadania (SEMIC) – Faculdade de Informação e Comunicação – Universidade Federal de Goiás. 08 e 09 de dezembro de 2015.

⁶⁰ Mestrando em Comunicação, linha de pesquisa Mídia e Cidadania na Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) da Universidade Federal de Goiás (UFG). Aluno participante do Projeto de Pesquisa Rupturas Metodológicas para uma leitura crítica da Mídia entre os Programas de Pós-Graduação da UFG e UFRJ, Casadinho/Procad. E-mail: cirino.jaf@gmail.com

⁶¹ Doutora em Comunicação pela UFRJ, Mestre e Graduada em Comunicação pela UMESp, Docente do PPGCOM da Universidade Federal de Goiás – UFG. Coordenadora do Projeto de Pesquisa Rupturas Metodológicas para uma leitura crítica da Mídia entre os Programas de Pós-Graduação da UFG e UFRJ, Casadinho/Procad. Trabalho desenvolvido na linha de pesquisa Mídia e Cidadania – PPGCOM – UFG. E-mail: simonetuzzo@hotmail.com.

formas de difusão de poder, mas principalmente está impregnada nas ações e pensamentos do mundo interior, tornando-se uma ideologia constantemente reproduzida pelos privilegiados e/ou vítimas do sistema⁶². Mais do que desvelar esse cenário, já massivamente discutido por diversos autores, pretende-se justamente resgatar as proposições para dialogar com os contextos de produção e reprodução das ideologias que sustentam o *status quo*, propondo um olhar para os possíveis tipos de cidadãos designados a partir da mídia na sociedade do consumo.

Status, corpo, consumo e desempenho

Uma das fatalidades inerentes a cidadania é sua condição relacionada ao *status* do indivíduo, pois “a cidadania é um *status* concedido àqueles que são membros integrais de uma comunidade. Todos aqueles que possuem *status* são iguais com respeito aos direitos e obrigações pertinentes ao *status*” (MARSHALL, 1967, p. 76).

Marshall (1967) trouxe essa reflexão sobre as sociedades da antiguidade, mas adapta-se claramente para a estrutura social na qual estamos inseridos atualmente. Ser membro integral das comunidades é um sonho desejado da população brasileira, pois isso prevê mais do que somente o tradicional *direitos e deveres igualitários*, prevê a inclusão e a participação.

Ao mesmo tempo em que se tem o sonho de igualdade para todos, também há a crença do merecimento, em que faz-se assumir que as pessoas estão em situações ruins por não se dedicarem o suficiente. Já os que estão bem, têm um histórico positivo, seja de *merecimento próprio* (no qual o indivíduo lutou para conquistar seu espaço e participação), *herdado* (o indivíduo faz parte de uma família ou grupo essencialmente incluso, e por isso o é por tabela) ou *concedido* (o indivíduo é incluso a partir de algum ato ou ação que as pessoas lhe concedem a possibilidade de participação). Não são merecimentos estáticos, e nem sempre o indivíduo tem apenas um deles. Tais conceitos foram concebidos nesse artigo a partir dos três *status* de celebridades que Rojek (2008) apresenta: conferida, adquirida e atribuída. Esses merecimentos, assim como os *status* de pessoas célebres, conferem empoderamento aos que possuem, podendo, na perspectiva da cidadania, ter acesso e participação.

Na grécia antiga os que estavam dentro das cidades-estado possuíam efetiva participação, todavia “como já ressaltava o filósofo grego Aristóteles, fora da cidade-estado não havia indivíduos plenos e livres, com direitos e garantias sobre sua pessoa e seus bens”

⁶² Os termos privilegiados e vítimas são trazidos de Souza (2012), que nesse artigo são aplicados em diferentes colocações, pois se entende que as relações são duais no sistema capitalista, nem todos são privilegiados ou vítimas em todas as circunstâncias, dependem potencialmente do contexto situacional e do olhar que se pretende lançar, são posições dinâmicas e se alteram conforme os inúmeros fatores relacionados.

(GUARINELLO, 2008, p. 35). Aplicando essa lógica atualmente estaríamos construindo muros invisíveis que dividem as pessoas que são cidadãos plenos dentro de cidades-estado simbólicas atribuídas através do *status* e mantendo uma grande maioria em quantidade - e minoria em poder - nas periferias dessas cidades-estado contemporâneas, que mais do que representar cidades estruturalmente físicas, representam cidades simbólicas de poder.

Pertencer à comunidade era participar de todo um ciclo próprio da vida cotidiana, com seus ritos, costumes, regras, festividades, crenças e relações pessoais. Não podemos, no entanto, entender a formação dessas comunidades apenas como um processo de inclusão, já que o fechamento da cidade-estado implicava, necessariamente, a definição do outro e sua exclusão. E o outro não era apenas o estrangeiro, mas muitos dos habitantes do próprio território das cidades-estado. Eles participavam da sociedade com seu trabalho e recursos, mas não se integravam ao conjunto dos cidadãos (GUARINELLO, 2008, p. 35).

O *outro excluído*, na perspectiva abordada por Guarinello (2008) adaptando para a realidade atual, são as pessoas que trabalham e produzem dentro das cidades-estados simbólicas, mas que delas não participam, ou não são integrados a ela, como as pessoas que vivem nas zonas periféricas⁶³ e acessam as zonas centrais somente para vender suas força de trabalho. Ainda historicamente, “[...] a cidadania significava, portanto, algo mais do que a garantia de plenos direitos. Era, pois, um status que oferecia ao cidadão várias possibilidades, indo além das destinadas ao indivíduo comum” (REZENDE FILHO E CÂMARA NETO, 2001, p. 2).

Diversos exemplos históricos denotam essa situação, mas podemos elencar um caso que teve notoriedade na grande mídia em 2014, os “rolezinhos” em que jovens das periferias marcaram encontros por meio das redes sociais e aglomeraram-se nas praças de alimentação de *shoppings* frequentados habitualmente por pessoas de classes centrais na estrutura social. A grande crítica social era a ruptura do contrato tácito estabelecido entre os pobres e os ricos. Se não podem consumir naquele espaço comercial, não podem frequentá-lo. Isso é um acordo invisível assinado por ambos os participantes dos grupos e constantemente reforçado e naturalizado nos discursos.

Quando os jovens pobres adentraram o templo do consumo dos ricos mostraram em um primeiro momento sua existência enquanto seres sociais que estão na sociedade, contudo que

⁶³ Classes centrais e periféricas de acordo com os termos utilizados por Souza (2012) para definir os participantes da sociedade e os que estão alocados nas zonas periféricas ou descentralizadas.

por diversos motivos são relegados à invisibilidade nas zonas periféricas de poder – muitas vezes dividindo espaços nas “cidades-estado” simbólicas devido a necessidade de coabitarem espaços públicos (ruas, praças, meios de transporte), embora sem que houvesse interação ou contato -, e em um segundo momento trouxeram à tona a própria existência do contrato tácito de que eles não poderiam frequentar esses ambientes sem serem hostilizados e até retirados por força policial. Parte da mídia focou suas matérias no caso do “rolezinho” em ações de vandalismo – que foram pontuais e não condizentes com a essência geral do encontro – e outra parte discutiu o incômodo gerado pela presença dos jovens pobres nos shoppings que deveriam prezar pela segurança e seletividade dos frequentadores. A partir do momento que adentraram no espaço proibido deram cor e enfoque aos raios invisíveis que bloqueiam suas entradas ali, situação advinda de acordos socialmente convencionados e naturalizados.

Um caso recente na cidade maravilhosa – setembro de 2015 -, Rio de Janeiro, ilustrou esse contexto da demarcação dos espaços geográficos e simbólicos. No primeiro final de semana do Rock in Rio, edição de 30 anos do evento, dito como maior festival do mundo, a cidade estava lotada – mais que o normal - de turistas de todo o país e estrangeiros de toda parte. O cenário foi o contexto ideal para a ação de um grupo de indivíduos que iniciaram um arrastão nas praias de Copacabana e Ipanema, percorrendo até o bairro de Botafogo furtando pertences dos transeuntes. Temer (2015) traz que

[...] a consolidação da estratificação social no Rio de Janeiro obedece a condições particulares parcialmente ditadas pela geografia peculiar da cidade, cujo litoral de praias arenosas e esteticamente diferenciadas, são abruptamente interrompidas por morros. São nestes espaços, de difícil urbanização e sujeitos a instabilidades de todos os tipos, que a população de menor poder aquisitivo, esquecidas ou intencionalmente ignoradas pelas camadas médias da população, irão se abrigar. Nestes espaços, essencialmente próximos aos bairros de *classe média*; grupos de indivíduos são socialmente segregados a partir de uma rua, de um detalhe qualquer no endereço. No Rio de Janeiro, a favela e as suas moradias precárias são vistas pelas janelas dos endereços desejados e dos empreendimentos comerciais voltados para o consumo de luxo. (TEMER, 2015, p. 89)

O fato levantou diversas discussões sobre a presença de pessoas que não possuíam o corpo social adequado (cor, roupas, comportamento, etc.) para circular na zona sul – a área mais elitista do Rio. A alguns jovens negros que estavam descalços foram abordados pela polícia nas praias, usando os critérios citados acima para direcionar a busca dos criminosos, reforçando preconceitos. A situação ocasionou também na propagação de discursos de ódio, racistas e elitistas, e a organização de grupos de justiceiros que alegaram temer pela segurança dos bairros

nobres do Rio, assumindo uma postura pró-ativa de vingança na busca de “criminosos” conforme assim identificassem, agindo por conta própria, independente do poder coercitivo da polícia. Outra parcela da população, indignada com a demarcação do preconceito e desigualdade nítidos nessa situação, promoveram posteriormente um protesto intitulado “Farofaço”, com cartazes que traziam mensagens “Morar longe não é crime, a praia é de todos”; “Andar sem camisa não é crime”; “Não ter dinheiro não é crime”; “Seu IPTU não compra a praia”; e “A cidade é de todos e a praia também”. Marcando assim os três momentos do caso, noticiados pela mídia: os crimes; a revolta dos justiceiros; e a revolta das pessoas contra os justiceiros.

Rolnik (2002) elucida que a mídia tem como uma de suas tarefas a construção do território intitulado “subjetividade-elite”, adaptados para esse estudo como o entendimento do estabelecimento de espaços, hábitos, práticas de consumo, que são inerentes ao rico, do qual o pobre é insistentemente obrigado a se isolar e não participar, não só por falta de condições monetárias para tal, mas principalmente pelos fios invisíveis (SOUZA, 2012) que lhe impedem de acessar o espaço do luxo, condicionados somente ao seu espaço de “subjetividade-lixo”. Na nossa perspectiva, a separação não está somente entre os que tem fama ou não, mas também nos que são cidadãos ou não, socialmente aceitos ou não. *Iguais* em direitos e deveres, mas diferentes em acesso e participação.

De acordo com Villaça (2011, p, 40), no período moderno adotava-se uma postura radical, em que “o diferente precisa ser colocado fora das fronteiras (...) São corpos considerados ameaças à norma, significantes transgressores”. Hoje as ações não são tão explícitas como outras épocas, mas com certeza ainda se promove a seleção dos corpos afins com permissão de acesso e os corpos estranhos com bloqueio e resistência, colocando fora das fronteiras.

Falar em corpo propõe vislumbrar o papel dele enquanto “símbolo da sociedade” (VILLAÇA, 2011). O *status* que dá a permissão para a livre entrada e acesso nesses espaços tradicionalmente frequentados por cidadãos das classes centralizadas é conquistado por meio do próprio consumo introjetado ao corpo, passando ao corpo a incubência de ser socialmente aceito e permitido para adentrar tais espaços, tudo isso através das roupas adequadas, aparência física aceitável, postura e atitudes condizentes com o todo. Rolnik (1997) nomeia de kits de perfis-padrão, ocasionados pela dicotomia da globalização que ao mesmo tempo que promove a cultura da diferenciação e valorização da individualidade local, estabelece e molda pacotes e corpos cada vez mais padronizados para serem aceitos globalmente.

Na era industrial, o corpo era manipulado como instrumento da produção, lugar de disciplina e controle; na sociedade pós-industrial, caracterizada pela difusão do saber e da informação, por uma tecnologia que ultrapassa a ciência e a máquina para tornar-se social e organizacional, repensa-se esse controle. O corpo dominado é apenas o do trabalhador ou o novo espectro global de fluxos, redes e imagens é destinado a controlar sobretudo o cidadão consumidor pela produção incessante de serviços e desejos? (VILLAÇA, 2011, p. 26)

O controle avançou barreiras saindo da dominação física do corpo através do trabalho, passando para a dominação simbólica do corpo social através do consumo. Talvez os direitos econômicos de compra e aquisição têm sido mais confundidos nos últimos tempos como sendo a expressão de cidadania, ser cidadão a partir do consumo.

Autores como Baudrillard (1991) e Canclini (1999) trazem claramente essa noção de autoafirmação na compra como parte da sociedade através da aquisição de bens tangíveis e intangíveis, ao passo que as relações mercadológicas tornam-se figurações do exercício de cidadania e se tornam proposições da construção das identidades.

É possível enxergar a dualidade referente ao consumo, pois este é necessário para a vida no sentido de consumir alimentos, bens, experiências, etc., mas torna-se prejudicial ao ser considerado consumismo, um consumo exagerado, em que não existe a linha separativa entre desejos e necessidades, todas as coisas desejadas tornam-se necessárias. Base de um grande mercado de luxo, beleza, supérfluos e outros itens que vivem da cultura consumista, considerado por Bauman (2008, p. 41) como “um atributo da sociedade”.

Para Semprini (2006, p. 60) em uma análise das décadas de 1970 e 1980, “o consumo ajudava a afirmar o *status* e a posição social dos indivíduos (o célebre *standing*) e, assim, a sua identidade, à medida que esta última era definida total ou parcialmente pelo status”. O que corroborou para a sociedade de consumidores, que “representa o tipo de sociedade que promove, encoraja ou reforça a escolha de um estilo de vida e uma estratégia existencial consumistas, e rejeita todas as opções culturais alternativas” (BAUMAN, 2008, p. 71).

Nessa perspectiva, Bauman (2008) afere que as próprias pessoas que participam dessa sociedade de consumidores acabam por tornarem-se mercadorias. Os indivíduos são produtos que tentam se adequar para, além de consumir o que se está nas vitrines, também estar nos holofotes, pelo simples desejo de ser incluso no sistema. Para o autor “essa nova maneira, praticada pela sociedade líquido-moderna de consumidores, provoca quase nenhuma dissidência, resistência ou revolta, graças ao expediente de apresentar o novo compromisso (o

de escolher) como sendo a liberdade de escolha”. (BAUMAN, 2008, p. 97). Não seria essa uma forma de dominação eficiente?! Visto que os indivíduos têm a noção de liberdade, mas sem dela realmente gozar, escolhendo opções dadas a eles como livres, mas sendo elas próprias já selecionadas. Têm-se a liberdade forçada de escolha dentro do que é possível escolher, dentro de padrões pré-estabelecidos.

Há a percepção de que toda essa discussão se inicia com o debate primordial do trabalho, o sustentáculo maior da sociedade. É a partir dele que as pessoas conquistam seus merecimentos e por meio de onde poderão mudar suas vidas, ou ao menos assim é prometido para todos. O ciclo que se impõe é que se necessita trabalhar para consumir, após trabalhar você deve consumir e para consumir mais é preciso trabalhar mais. Quem mais trabalha, mais consome, mais conquista bens e acessos, esse será mais cidadão que o outrem, que fatalmente vive das benesses do Estado com o pouco que lhe é entregue, repartindo entre uma grande maioria em quantidade o pouco que é dispensado para que continuem a sobreviver (e produzir).

A disputa travada diariamente por todos os competidores dessa nova cultura do desempenho no âmbito empresarial e social é essencialmente a disputa por um lugar no pódio, o qual não possui níveis suficientes para abarcar todos os indivíduos, e sim somente os que merecerem a condição de cidadãos plenos.

Se for possível consumir, logo se torna cidadão e integrante da sociedade de consumo. Porém a equação não se resume somente a isso. Existe ainda o fator de desempenho a ser considerado, afinal o consumo molda o corpo social para a entrada nos territórios, compra “direitos”, todavia só o desempenho lhe dará constância e participações duradouras. O consumo é volátil e passageiro, o desempenho prevê uma estruturação mais sólida do *status* de cidadão.

A sociedade do desempenho (LIPOVETSKY, 2007) não trabalha exclusivamente na lógica de valorizar, exaltar e conceder *status* aos que podem consumir, mas também há a promessa intrínseca e silenciosa dos benefícios da ideologia do desempenho (KRECKEL *apud* SOUZA, 2012), que prevê uma tríade meritocrática de *qualificação, posição e salário*.

A ideologia do desempenho é uma “ideologia” na medida em que ela não apenas estimula e premia a capacidade de desempenho objetiva, mas legitima o acesso diferencial permanente a chances de vida e apropriação de bens escassos. Apenas a combinação da tríade da ideologia do desempenho faz do indivíduo um “sinalizador” completo e efetivo do “cidadão completo”. A tríade torna também compreensível porque apenas através do “trabalho” é possível se assegurar de identidade, autoestima e reconhecimento social. (SOUZA, 2012, p. 170)

Ela é eficiente por ser uma condição socialmente incorporada por todos, aceita como uma realidade natural, que acaba definindo os papéis de produtor e cidadão (SOUZA, 2012). Na perspectiva de Lipovetsky (2007, p. 264), “[...] o que inflama a época é um estilo de existência dominado pela ‘vitória’, o sucesso, a competição, o eu de alto rendimento. Ser o melhor, destacar-se, superar-se: eis a sociedade democrática ‘convertida’ ao culto do desempenho [...]”.

Ao buscar idolatrar e vangloriar os melhores executa-se um processo subjacente que é o de humilhar, repudiar e excluir os piores. As bíblias religiosas foram substituídas por bíblias do sucesso, livros *best-sellers* que fomentam a competitividade e a sobrevivência no mercado e na sociedade. Não se procura a posição de conforto ou estabilidade como outrora, o oposto é exatamente a meta: desconforto e instabilidade, a busca constante de uma excelência prometida, inalcançável por ter seu padrão cada vez renovado, em um ambiente hostil e comparado ao circo romano, onde animais e gladiadores lutavam para conquistar a vitória. Indivíduos se digladiando na busca de ocupar melhores posições e melhores *status* na sociedade. Reconhecimento se transformou na moeda mais valiosa de pagamento. Reconhecimento pelo trabalho, pela atividade que exerce e pelos bons feitos. Reconhecer os indivíduos é atribuir-lhes merecimento.

Habitus de Bourdieu para hábitos da mídia

A mídia e seus dispositivos circulam, constroem e veiculam representações sociais e conceitos do senso comum, naturalizados nas práticas sociais. Por isso é importante compreender seu papel na condição da cidadania.

Como afirma Bourdieu (1997, p. 85) a comunicação, ou o jornalismo, ou a mídia, “podem agir também, de maneira mais sutil, pela lógica do cavalo de Tróia, isto é, introduzindo nos universos autônomos produtores heterônomos que, com o apoio das forças externas, receberão uma consagração que não podem receber de seus pares”. O alastramento da condição *sub* através dos veículos de comunicação poderia então ser uma maneira de manter as relações de poder e as classes subalternas em seu devido lugar.

É fato que as ideologias são reconfiguradas e aplicadas diariamente no convívio da sociedade entre si, no ensino das instituições de educação, a partir das crenças e doutrinas religiosas, e até mesmo na cultura organizacional das empresas e atividades do trabalho, mas nenhum desses sistemas tem a abrangência, frequência, penetração e sutileza de aplicação do poder como a mídia.

Não se pretende, porém, demonizá-la como uma entidade maléfica que escraviza e controla os indivíduos, de maneira alguma se vê a influência midiática com tais olhos hipodérmicos⁶⁴, afinal trata-se de um emaranhado de redes de produção e transmissão de conteúdos que são gerados e sustentados pelos próprios seres humanos, conscientes e/ou inconscientes do seu papel no jogo de poder para a manutenção da estrutura capitalista.

Intenta-se compreender o conceito de *habitus* de Bourdieu (2007), principalmente na percepção abordada por Souza (2012) da reprodução das condições sub da sociedade periférica, aplicadas e entendidas a partir do olhar dos dispositivos midiáticos, visualizando-os como atores principais por serem trilhos de uma super rede comunicacional levando informações e representações constantemente para todos os indivíduos.

O *habitus* é, com efeito, princípio gerador de práticas objetivamente classificáveis e, ao mesmo tempo, sistema de classificação (*principium divisionis*) de tais práticas. Na relação entre as duas capacidades que definem o *habitus*, ou seja, capacidade de produzir práticas e obras classificáveis, além da capacidade de diferenciar e apreciar essas práticas e esses produtos (gosto), é que se constitui o mundo social representado, ou seja, o espaço dos estilos de vida. (BOURDIEU, 2007, p. 162)

O *habitus* de Bourdieu é o insumo principal da produção das informações do cenário midiático, ou dos hábitos que são habitualmente/frequentemente repassados, utilizando-se do senso comum. “Nessas condições, é nosso direito indagar sobre os efeitos interpretativos produzidos por algumas manchetes de jornais quando estas, em vez de inclinar-se para saberes de conhecimento põem em cena saberes de crença que apelam para a reação avaliativa do leitor” (CHARAUDEAU, 2013, p. 48).

Para Souza (2012, p. 45) o *habitus* “seria um sistema de disposições duráveis inculcadas desde a mais tenra infância que pré-molda possibilidades e impossibilidades, oportunidades e proibições, liberdades e limites de acordo com as condições objetivas”. O mesmo autor traz a tona existir uma unidade de sentido que é compartilhada, naturalmente superior aos indivíduos. Essa unidade pode ser visualizada a partir dos estudos de Moscovici (2003) como sendo as representações sociais, foco da sua teoria aclamada sobre o senso comum. *Habitus* de Bourdieu e Representações Sociais de Moscovici têm mais proximidade do que distâncias, possibilitando uma ponte de compreensão do mundo através desses conceitos.

⁶⁴ Referente a teoria hipodérmica (TEMER e NERY, 2009), estudo inicial sobre os efeitos dos meios de comunicação de massa. Acreditava-se que todas as informações difundidas pela mídia geravam um efeito único e certo, desconsiderando toda a amplitude e complexidade do processo comunicacional apenas desvelado futuramente com novos estudos.

Esse conceito também explica como os indivíduos não se movem aleatoriamente no espaço social, pois a classe a que pertencem socialmente, compartilha saberes simbólicos que lhes segrega para determinados espaços e locais (territoriais, de fala e visibilidade). “As mídias? Elas põem em cena, por meio dos programas de telerrealidade, um universo feito de vencedores e de vencidos em que é preciso ser o melhor, realizar desempenhos para se tornar a estrela de amanhã” (LIPOVETSKY, 2007, p. 279)

Verifica-se que os hábitos da mídia na divulgação e veiculação dos sentidos naturalizados e convenções de *habitus* na sociedade têm papel significativo no processo de continuidade da estrutura do sistema capitalista. Apesar de não ser o único aparelho ideológico que tem essa função, é senão um dos mais influentes na contemporaneidade.

Do sub para o supra

Essa é uma proposição de reflexão sobre algumas possibilidades de tipos de cidadãos existentes na atual sociedade do consumo, uma análise baseada na possibilidade de acesso e participação dos indivíduos, um avanço das percepções de Souza (2012) com a sua discussão sobre a pluralidade de *habitus* sob o olhar midiático de Tuzzo (2014), confluindo nas categorias aqui na *Pirâmide da Cidadania Midiática*, conceito elaborado pelos autores desse artigo para tratar de uma pirâmide crescente do nível de acesso e participação dos indivíduos dentro da sociedade com base na visão que a mídia lança acerca de sua cidadania.

Em primeiro momento é importante dizer que não é cabível tratar sobre um a-cidadão, ou seja, um não-cidadão. A negação total do conceito de cidadão seria muito complexo, visto que todos estão sujeitos às legislações e constituições que conferem liberdade, ao mesmo tempo dominação, por parte dessas convenções. Imaginar um indivíduo fora desse aspecto é utópico.

Parte-se do suposto que a pirâmide começa do *subcidadão*. O conceito de subcidadania foi apresentado inicialmente no livro de Souza (2012) “A construção social da subcidadania”. Encarar a subcidadania é aceitar a condição *sub* em que a sociedade está mergulhada (TUZZO, 2014). A pesquisa proposta por Tuzzo (2014) na mídia impressa e eletrônica no período de 30 de agosto a 05 de dezembro de 2013 analisou o emprego da palavra cidadania e o que ela significava para o entendimento da mesma, o resultado foram os termos recorrentes de *desejo de cidadania* como uma *expressão de falta*.

O cidadão é aquele que está na sociedade de forma economicamente privilegiada e pode pagar pela cidadania, comprando saúde, educação, segurança, lazer, por exemplo, ou seja, a cidadania é comprada, é privada,

disponível e acessível para quem pode pagar por ela. Assim, cidadania tem a ver com o privado e a busca da cidadania tem a ver com o que é público. Cidadania é a plenitude de existência do rico e a busca constante do pobre. (TUZZO, 2014, p. 177).

Ou seja, *cidadão* é pleno, completo, cumpre seus deveres, tem acesso aos direitos, pode comprar, consumir e tem um desempenho plausível na sociedade. Com essa pesquisa pudemos perceber o poder midiático da construção de sentidos e a própria atribuição de percepção às identidades dos indivíduos da sociedade, visto que:

A mídia apresenta o conceito de cidadania como algo em busca, o ideal de quem ainda não é cidadão e precisa chegar a essa categoria existencial. Não encontramos a palavra subcidadania nos discursos midiáticos, o que poderia nos levar num primeiro momento a compreender que a mídia não considera a subcidadania. Mas isso seria um erro, porque na verdade a mídia trabalha frequentemente com subcidadania em seus discursos e não com cidadania. Na verdade fala-se a palavra cidadania, mas sempre no sentido de tudo que falta, de um objetivo a ser alcançado. Os conceitos de cidadania são, na verdade, conceitos de subcidadania. O discurso é feito para o subcidadão, sob o título de “busca pela cidadania”, a subcidadania encontrou um sinônimo capaz de não chocar os pertencentes a esta categoria. (TUZZO, 2014, p. 176).

Com base na observação empírica de acontecimentos sociais e de textos midiáticos recorrentes, sugere-se também a criação do termo designador *célebre-cidadão*, para as pessoas que outrora não eram consideradas, ou que não se consideravam cidadãos, mas que através das inúmeras ações de popularização das zonas periféricas passaram diretamente para a categoria de célebres cidadãos – jogadores de futebol, cantores, dançarinos, policiais, heróis, etc. -, possivelmente na tentativa dos dispositivos midiáticos criarem heróis para serem espelhados, mantendo uma pequena chama acesa de esperança para que os indivíduos continuem sendo industriais. É um tipo de cidadania concedida através da grande mídia.

Figueiredo e Tuzzo (2011) utilizam vários termos para identificar essa categoria na sociedade atual, entre eles, pessoa célebre, sujeitos célebres, figuras célebres, mas o termo *célebre-cidadão*, que hora compõe a pirâmide neste trabalho avança no sentido de considerar que a imagem que a sociedade possui dessas pessoas é a da cidadania plena. Por isso não são só celebridades, tampouco só cidadãos, mas *célebres-cidadãos*.

O que mantém o ciclo produtivo e as estruturas base do capitalismo é a fé de um dia alcançar *status* diferenciados na sociedade, recebendo o devido reconhecimento e benefícios almejados por cada um. Esse é um *status* de cidadão intrinsecamente ligado aos dispositivos midiáticos, não sendo possível existir fora desse contexto.

Figueiredo e Tuzzo (2011) afirmam que:

Existe uma relação bem próxima entre desejos, anseios da massa e a construção do status de celebridades. Pessoas se tornam ícones e personalidades por serem e terem o que a grande maioria das pessoas buscam, ambicionam e anseiam durante suas vidas. Quando estas notórias pessoas estampam seus rostos na mídia, a consagração acontece e a permanência na fama passa a ser determinada pelo público. (FIGUEIREDO E TUZZO, 2011, p. 114)

Se serão celetóides (ROJEK, 2008) ou conquistarão espaço permanente como celebridades já não se sabe. O caso da morte de Douglas Rafael, bailarino do programa Esquenta da Rede Globo de Televisão, é emblemático para ilustrar o contexto do célebridade, entretanto possui nuances complexos da mobilidade social visíveis na cobertura da mídia, nesse cenário específico ainda foi povoada de uma condição de subcidadania devido suas origens na favela e o contexto de seu falecimento (cf. TEMER, 2015).

Por fim, propõe-se também o *supracidadão*, essa é uma categoria atribuída como forma de ironia devido ao sentimento da população visualizando um sistema decadente e desmoralizado no Brasil. Essa categoria se atribui aos que estão acima da lei e da ordem, pois além de tudo o que um cidadão comum possui, este pode ultrapassar todas as barreiras impostas pelas convenções que eles mesmos costumam estabelecer. Devido ao controle dos principais monopólios de fala, poder, finanças, e outros, eles não são tratados como os sub ou cidadãos, têm uma forma própria de lidar com o sistema. Seriam os principais responsáveis pela manutenção direta da desigualdade, afinal, é a categoria que mais se beneficia dessa situação.

Conforme a Figura 01, sintetizando são quatro categorias ou designações propostas aqui através de uma leitura crítica da mídia: *subcidadão* - o cidadão que não tem acesso, participação, tampouco recursos financeiros para comprar tudo isso -, *cidadão* - seja devido a informação ou recursos financeiros, possui poder suficiente para conseguir acesso e participação, consumir e ser considerado de bom desempenho -, *célebre-cidadão* - misto de celebridade com cidadão, geralmente atribuído a pessoas que eram *cidadãos* ou *subcidadãos* e ultrapassaram os limites tornando-se referência em alguma área esportiva, artística, cultural ou honrosa a partir das exposições midiáticas - e o *supracidadão* – acima da lei, faz o sistema trabalhar para si próprio, não sendo sujeito ao mesmo tipo de justiça que todos os outros indivíduos da sociedade. A grande revolta dos *sub* é ver os *supra* transgredindo todo o sistema para benefício próprio, enquanto os *sub* são massacrados pelo sistema, seja pela burocracia ou pelo seu regime voltado à punição, ao invés da educação.

Figura 01 – Pirâmide da Cidadania Midiática



Fonte: elaborado pelos autores da pesquisa

Desconsiderações

É possível sermos todos iguais em uma sociedade doente (EHRENBERG, 1991) tão competitiva que valoriza somente os vencedores através da meritocracia? É possível pensar em igualdade construída com alicerces tão desiguais? A ideologia da igualdade, seria, então, uma forma de manter todos os indivíduos industriais, produtivos e produzindo para almejar uma igualdade utópica, que na verdade se espera o contrário: a desigualdade, ela é a verdadeira fortalecedora das relações capitalistas, de consumo e desempenho. E Canclini (2007, p. 28) reflete questionando se o que queremos são “cidades divididas entre minorias com alta qualificação produtiva e maiorias com baixo desenvolvimento educacional, trabalhos subordinados e mal remunerados?”.

Na perspectiva tridimensional do discurso a partir de Fairclough (2001), se entende que mais do que na prática social, verifica-se que o estabelecimento dessas categorias de cidadãos parte também das práticas discursivas, e principalmente do próprio texto midiático. Souza (2012) coaduna ao afirmar que ao esquecer-se de onde vieram, as ideias são naturalizadas passando a ser práticas sociais.

O status cidadão seria então, assim como o status de celebridades (ROJEK, 2011), atribuído culturalmente principalmente pelos dispositivos midiáticos, por meio dos elementos do consumo e desempenho. Carvalho (2013) afirma que nos tempos atuais ainda temos o leve sentimento de incompletude frente à nossa tão sonhada cidadania, porém Pinsky (2008, p. 13), relembra que “sonhar com a cidadania plena em uma sociedade pobre, em que o acesso aos

bens e serviços é restrito, seria utópico. Contudo, [...] dependem também da luta e das reivindicações, da ação concreta dos indivíduos”. Por isso, além de lutar pelos reais direitos de igualdade e equidade para as diferenças, na construção de uma cidadania para todos, devemos nos ater também na reconstrução do complexo sistema midiático visando uma mídia mais cidadã, com discurso mais democrático (FAIRCLOUH, 2001), necessitando *desconsiderar* todo o presente-passado de ações errôneas, para encontrar um futuro mais satisfatório – para todos.

Referências

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1991.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**, tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed., 2008.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

_____. **A Distinção: crítica social do julgamento**; tradução Daniela Kern; Guilherme J. F. Teixeira. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2007.

CANCLINI, Nestor García. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999.

_____. **Diferentes, desiguais e desconectados: mapas de interculturalidade**. 2ª ed.; tradução Luis Sérgio Henriques. Rio de Janeiro: UFRJ, 2007.

CARVALHO, José Murilo de, 1939- **Cidadania no Brasil: o longo caminho**. José Murilo de Carvalho. – 16º ed. – Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2013.

EHRENBERG, Alain. **Le culte de la performance**. Paris: Calmann-Lévy, 1991.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social** / Tradução: Izabel Magalhaes. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

FIGUEIREDO, Livia Marques Ferrari de; TUZZO, Simone Antoniaci. **Célebre Sociedade**. Goiânia: Kelps, 2011.

GUARINELLO, Norberto Luiz. **Grécia: Cidades-Estado na Antiguidade Clássica**. In: **História da Cidadania** / J. Pinsky, C. Pinsky (orgs.), 4. Ed. – São Paulo: Contexto, 2008.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo**; tradução Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

MARSHALL, T.H. **Cidadania, Classe Social e Status**. Rio de Janeiro, ZAHAR: 1967.

MOSCOVICI, Serge. **Por que estudar representações sociais em psicologia?** In: Revista Estudos Goiânia. V20. Janeiro de 2003.

PINSKY, Jaime. **História da Cidadania** / Jaime Pinsky, Carla Pinsky (orgs.), 4. Ed. 1ª reimpressão – São Paulo: Contexto, 2008.

REZENDE FILHO, Cyro de Barros e CÂMARA NETO, Isnard de Albuquerque. **A evolução do conceito de cidadania**, 2001. Disponível em: <http://site.unitau.br/scripts/prppg/humanas/download/aevolucao-N2-2001.pdf>. Acesso em 19-06-14.

ROJEK, Chris. **Celebridades**; tradução Talita M. Rodrigues. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

ROLNIK, Suely. Toxicômanos de identidade – subjetividade em tempo de globalização. In: LINS, Daniel. **Cultura e Subjetividade, saberes nômades**. Papirus: Campinas, 1997.

_____. A Vida na Berlinda. In: Cocco, Giuseppe (org.). **O trabalho da multidão: Império e Resistência**. Editora Griphus, RJ, 2002.

VILLAÇA, Nizia. **A edição do corpo: tecnociência, artes e moda**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.

SEMPRINI, Andrea. **A marca pós-moderna: poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea**. São Paulo: Estação das Letras Editora, 2006.

SOUZA, Jessé. **A construção social da subcidadania: para uma sociologia política da modernidade periférica** / Jessé Souza. - Belo Horizonte: Editora UFMG; Rio De Janeiro: IUPERJ, 2012.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessôa e NERY, Vanda Cunha Albieri. **Para Entender as Teorias da Comunicação**. - Uberlândia: EDUFU, 2009.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessôa. Da favela para o asfalto: o telejornalismo como lugar de redefinições dos espaços urbanos. In: SODRÉ, Muniz. **Diasporas urbanas e subjetividades móveis: migrantes, viajantes e transeuntes** / Muniz Sodré; Ana Carolina Rocha Pessôa Temer; Mohammed ElHajji (Org.) – Goiânia: Gráfica UFG, 2015.

TUZZO, Simone Antoniaci. **O lado sub da cidadania a partir de uma leitura crítica da mídia**. In: PAIVA, Raquel e TUZZO, Simone Antoniaci. **Comunidade, Mídia e Cidade: Possibilidades comunitárias na cidade hoje**. Goiânia: FIC/UFG, 2014.