

Comunicação, mídia e cidadania: um percurso pelas interfaces de um Núcleo de Pesquisa da Intercom¹

Denise Cogo²

Universidade do Vale do Rio dos Sinos

Resumo

Esse trabalho propõe uma retomada do percurso de construção das interfaces entre comunicação, mídia e cidadania que concorrem para a definição de uma identidade para o Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania (NP12) da Intercom em seus quatro anos de existência. Com base no resgate de trabalhos de pesquisa apresentados nos quatro últimos congressos, busco analisar como vão sendo apropriadas e entendidas a emergência e (re) configuração de cenários e dinâmicas comunicacionais e midiáticos contemporâneos assim como sua repercussão para a construção e combinação, nessas pesquisas, de três noções de cidadania que denomino sociopolítica, cultural e mundial.

Palavras-chave

Comunicação; mídia; cidadania; Intercom

Corpo do trabalho

“Mulheres que as gaúchas amam”. Com essa chamada de capa em seu Suplemento Donna ZH, o jornal Zero Hora, de Porto Alegre, publicou, em março de 2004, o ranking das “mulheres mais admiradas” pelos gaúchos. Resultado de uma consulta feita aos seus leitores através da Internet, a enquete teve como vencedora, com 25,93% dos votos, Diza Gonzaga, 51 anos, presidente da Fundação Thiago de Moraes Gonzaga, entidade criada em 1996 que leva o nome de seu filho morto em um acidente de trânsito em maio de 1995.

Em matéria intitulada “Mulheres que fazem a diferença”, o jornal retoma a história de Diza, enfatizando que a mãe do jovem Thiago deixou a profissão de arquiteta para se dedicar, através da Fundação, a campanhas de trânsito seguro, dentre as quais a Vida

¹ Trabalho apresentado ao NP 12 – Comunicação para a Cidadania, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

² Professora titular do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos,, em São Leopoldo (RS). Coordenadora do Núcleo de Pesquisa em Comunicação para a Cidadania da Intercom. Co-coordenadora do projeto de cooperação internacional Brasil-Espanha sobre Mídia, migrações e interculturalidade desenvolvido em parceria com o Observatorio y Grupo de Investigación en Comunicación y Migración (MIGRACOM) da Universidade Autônoma de Barcelona (UAB) E-mail: denisecogo@uol.com.br.

Urgente, campanha também amplamente divulgada por Zero Hora nos últimos anos. Em um segundo lugar, com 24,12% dos votos, quase a mesma votação de Diza, aparece Zilda Arns Neumann, coordenadora nacional da Pastoral da Criança.³

Quando, no ranking publicado por Zero Hora, Diza Gonzaga e Zilda Arns receberam de um grupo de leitores do jornal mais do que o dobro de votos de personalidades como a atriz Fernanda Montenegro, a escritora gaúcha Lya Luft, a ginasta Daiane dos Santos, ou, ainda, a modelo Gisele Bündchen, as duas escolhas nos parecem reveladoras de alguns dos recentes entrelaçamentos entre comunicação, mídia e cidadania que vem colaborando para configurar a identidade do Núcleo de Pesquisa em Comunicação para a Cidadania da Intercom desde sua criação, há quatro anos, quando assumiu o lugar do antigo grupo de trabalho Comunicação e Cultura Populares.

De um lado, a figura de Diza traduz uma atual e crescente modalidade de mediação em que a experiência da cidadania deixa de aparecer ancorada nas clássicas noções de direitos civis, políticos e sociais, para ser sugerida, ofertada e (re) configurada através da combinação de elementos e experiências como o personalismo, a subjetividade, os valores familiares, o voluntariado e as parcerias empresariais.

Por outro lado, a figura da líder Zilda Arns, coordenadora da Pastoral da Criança, emerge, nessa memória dos leitores de ZH, para traduzir um outro tipo de protagonismo midiático em que alguns dos elementos elencados anteriormente se entrelaçam para dar sentido a uma modalidade específica e crescente de aliança entre mídia, cidadania e movimento social.

Movida pela busca de visibilidade no espaço das mídias, essa modalidade de aliança vai sendo gestada através de negociações e disputas envolvendo macro-organizações midiáticas, como a Rede Globo, e algumas outras esferas e instituições, como os setores governamentais e os movimentos sociais, especialmente aqueles que, como a Pastoral da Criança, tem sua trajetória pautada pelo investimento em políticas e práticas comunicacionais e midiáticas próprias, seja através da produção de mídias alternativas e/ou comunitárias seja através da intervenção nas chamadas mídias massivas com vistas à publicização de seu projeto político-social.⁴

³ *Elas fazem a diferença*. Zero Hora. 06 de março de 2005. p. 8-11. (Caderno Donna ZH)

⁴ Organização não-governamental de caráter ecumênico que atua, em nível nacional, no combate à mortalidade infantil e à desnutrição em crianças de 0 a 6 anos, a Pastoral da Criança conta com o trabalho solidário de mais de 145 mil

Tais alianças acabam incidindo tanto nos modos de uso das mídias por parte dos movimentos sociais assim como na formulação e gestão dos projetos de cidadania desses movimentos. No caso da Pastoral da Criança, as parcerias, por um lado, com a Rede Globo e, por outro, com o governo federal, que, de algum modo, lhe asseguram sustentabilidade e visibilidade, geram tensões no âmbito do movimento, especialmente entre os comunicadores responsáveis por desenhar e dinamizar as políticas e práticas comunicacionais-midiáticas da organização. Exemplo é o polêmico episódio da participação da coordenadora da Pastoral da Criança, Zilda Arns, na campanha comemorativa dos oito anos do governo de Fernando Henrique Cardoso veiculada em várias mídias brasileiras.⁵

Tomo como ponto de partida esses dois modos de midiática de trajetórias relacionadas à cidadania propostos por Zero Hora por sintetizarem perspectivas de (re) configurações das inter-relações entre mídias, movimentos sociais e cidadania que aparecem incorporados, nesses últimos quatro anos, à trajetória do Núcleo de Pesquisa em Comunicação para a Cidadania da Intercom quando, através de seu mapeamento, diagnóstico e compreensão, diferentes pesquisadores do Núcleo passam a assumir, em suas reflexões, esse protagonismo crescente das instâncias midiáticas na produção e gestão de projetos de cidadania ofertados à sociedade brasileira.

Essa presença crescente de instâncias macromidiáticas, como é o caso da Rede Globo, como gestoras públicas dos processos de cidadania, assim como um maior entrelaçamento entre as instâncias macro (mídias massivas) e micromidiáticas (mídias comunitárias geridas por grupos e movimentos sociais), observados contemporaneamente, parecem convergir, de modo significativo, nas pesquisas apresentadas, concorrendo para atribuir identidade ao Núcleo de Pesquisa em Comunicação para a Cidadania.

Os pesquisadores do Núcleo assumem, contudo, essas reconfigurações valendo-se das perspectivas interacionistas que colaboraram para configurar uma noção de

voluntários. A Pastoral conseguiu reduzir a mortalidade infantil a menos da metade da média nacional entre as crianças por ela acompanhadas em todo o Brasil. Segundo o Unicef, a taxa de mortalidade infantil no Brasil em 1999 foi de 34,6 mortes para cada mil crianças nascidas vivas. Entre as centenas de milhares de crianças da Pastoral esta taxa é inferior a 17 mortes para cada mil nascidas vivas. Ver LACERDA, Juciano. *Jornal d [para] as comunidades – a relação entre a Pastoral da Criança e seu público via processo midiático. Anais do XXV Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Salvador: Intercom, 2002.

⁵ A participação repercutiu na própria mídia e na sociedade por associar esse engajamento de Zilda Arns a um endosso à campanha do senador José Serra à Presidência da República.

comunicacional no âmbito do antigo GT Comunicação e Culturas Populares a partir da presença de matrizes de pensamentos pedagógico-comunicacionais como as de Mário Kaplun. e Paulo Freire. Matrizes que aparecem sintetizadas em premissas como a de Freire quando afirma que o “Conhecimento é construído através das relações entre os seres humanos e o mundo” para propor uma definição de comunicação “como a situação social em que as pessoas criam conhecimento juntas ao invés de transmiti-lo, dá-lo ou impô-lo”⁶ ou, ainda, em postulados como o de Mario Kaplún quando enfatiza a permanente necessidade de uma comunicação centrada no processo, e não apenas nos efeitos e conteúdos.⁷.

Para essa perspectiva interacionista, contribui, ainda, o legado de pensadores latino-americanos como Jesus Martín-Barbero e Néstor García-Canclini quando nos instigam a pensar o “popular” não como uma essência a priori, mas como configuração de estratégias instáveis, diversas e, algumas vezes, ambivalentes, com que os próprios setores populares e/ou movimentos sociais constroem seus posicionamentos na sociedade. O que faz com os pesquisadores do Núcleo se conduzam menos pela preocupação com o que se extingue e mais pelo esforço analítico de entender o que se transforma, conforme nos sugere a reflexão de García Canclini. E, desses dois autores, o entendimento, ainda, no âmbito do Núcleo, da comunicação no marco do processo das culturas como alternativa à superação do enfoque tecnicista dos estudos de comunicação em que os fenômenos comunicacionais deixam de se explicar a partir do emprego de conceitos como canais, meios, códigos, mensagem e informação.

Ao permitir a incorporação do conflito, da ambigüidade e do poder como experiências substantivas, não em termos de relações dominação-subordinação, mas de dinâmicas configuradores dos processos comunicacionais e midiáticos, a perspectiva interacionista permanece como configuradora de uma identidade para o Núcleo de Comunicação para a Cidadania. Agora, contudo, para o entendimento não mais apenas das lógicas constitutivas de cenários e processos comunicacionais e midiáticos em que assumem presença hegemônica as instâncias em nível micro que, na América Latina, estiveram representadas, nas últimas três décadas, por experiências e projetos comunitários

⁶ LIMA, Venício Artur de. *Comunicação e cultura: as ideias de Paulo Freire*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981. p. 64.

⁷ KAPLÚN, Mario. *Una pedagogia de la comunicación – el comunicador popular*. La Habana: Editorial Caminos, 2002.

e ou alternativos envolvendo a comunicação grupal, de bairro e das chamadas comunidades eclesiais. Mas para a compreensão da pluralidade de cenários e experiências em que o comunicacional e o midiático se mesclam como resultado de processos de entrecruzamentos e inter-relações entre instâncias, âmbitos, dimensões, temporalidades, territorialidades, emergências e convergências tecnológicas,

O fim das ditaduras nos anos 80 na maioria dos países latino-americanos, a perda de espaço da chamada Igreja progressista ligada à Teologia da Libertação, as lutas sociais que culminaram com a institucionalização de projetos como o das rádios e das televisões comunitárias no Brasil no final dos anos 90, a aceleração dos processos de segmentação e fragmentação tecnológica, com a expansão da Internet, contribuíram para pluralizar o cenário comunicacional e midiático. O que favorece uma apropriação crescente do próprio termo comunitário pelos sistemas massivos de comunicação, contribuindo não apenas para o alargamento da polissemia e dos usos dessa terminologia em diferentes setores sociais, mas também para a redefinição do caráter político atribuído a muitas experiências e projetos que se desenvolveram pautados pela oposição às mídias massivas ou, ainda, por uma noção universal de “local” e de “pertencimento”, muitas vezes, circunscrita mais a uma espacialidade geográfica ou a uma territorialidade específica e menos a uma espacialidade simbólica.⁸

No marco desse cenário, as próprias definições de local e de comunitário passam a merecer, assim, um lugar diferenciado nas reflexões desenvolvidas no âmbito do Núcleo, nos últimos quatro anos. Pesquisas apresentadas tratam de reafirmar que a ocupação dos espaços institucionalizados da comunicação, como é o caso dos processos de regulamentação das rádios e TVs comunitárias na década de 90 no Brasil, por atores e movimentos sociais não asseguram a instauração de processos democráticos. Mas, ao contrário, inauguram dinâmicas que comportam tensões e disputas assim como demandam lógicas de negociação em que a construção de processos comunicacionais de maior ou menor horizontalidade e/ou simetria dependem das interações que se desenrolam no exercício dessa institucionalização. Para tais interações, contribuem as próprias

⁸ COGO, Denise Maria. Mídias, identidades culturais e cidadania: sobre cenários e políticas de visibilidade midiática dos movimentos sociais. In: PERUZZO, Círcia M. Krohling. (Org.). *Vozes cidadãs – Aspectos teóricos e análises de experiências de comunicação popular e sindical na América Latina*. São Paulo, 2004, v. 1, p. 41-56.

experiências que, anteriores a esses processos de institucionalização, são constitutivas das trajetórias e práticas comunicacionais-midiáticas de atores e movimentos sociais.

Em estudo sobre a implementação dos canais comunitários no Brasil apresentado no Núcleo, a pesquisadora Cicília Peruzzo discute a instauração de processos de democratização a partir da pluralidade de dinâmicas de organizações civis sem fins lucrativos que se converteram, de forma distinta, em emissoras de mensagens e programas e gestoras coletivas de canais televisão, conforme suas distintas capacidades de mobilização, articulação e convivência de interesses. Ao enfatizar que os canais estão em processo de construção e re-construção, dinâmica e permanente, no modo de exercer a cidadania no âmbito dos meios de comunicação de massa, a autora lembra que “o saldo positivo está na evidência de uso da televisão por entidades populares em sistema de autogestão e na perspectiva mais ampla de construção – reconstrução do espaço de ampliação do status de cidadania.”⁹

Em uma segunda pesquisa, Peruzzo agrega outras perspectivas empíricas para a compreensão das reconfigurações do cenário do local e comunitário ao identificar e analisar o que evidencia como existência de duas grandes vertentes na mídia local: uma que, movida pelos interesses de mercado, trata dos temas locais, e outra que, sem objetivos lucrativos, se move por interesses em contribuir para o desenvolvimento comunitário. A autora parte principalmente do que denomina de efervescência dos meios de comunicação local observada, desde a década de 90, quando tais mídias passam a se orientar pelas dinâmicas dos próprios lugares onde se situam. Televisões regionais, rádios AMs e FMs comerciais etc., passam a abrir mais espaços para programas vinculados a essas localidades onde estão situados. “Sem falar do espaço criado através dos canais¹⁰ de uso gratuito ou de “acesso público”¹¹ no sistema cabo de televisão e nos espaços de comunicação conquistados pelas rádios comunitárias¹² no país.”¹³

⁹ PERUZZO, Cicília. Gestão coletiva dos canais comunitários. Mídia local e suas interfaces como mídia comunitária. *Anais do XXIV Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Campo Grande: Intercom, 2001. p. 15

¹⁰ Canal Comunitário, Canal Universitário, Canal Legislativo Municipal, Canal da Câmara Federal, Canal do Senado Federal, Canal Educativo-Cultural e o Canal Justiça.

¹¹ Segundo a autora, acesso público no sentido de aberto à sociedade (acesso a novos emissores e para uso sem finalidades de negócio) numa perspectiva jamais vista antes no país, porém tal acesso acaba sendo restrito uma vez que os canais se abrem apenas a determinados segmentos (universidades, por exemplo) e não ao público em geral. Assim, conforme Peruzzo, eles têm uma perspectiva de acesso público, mas não no sentido literal e histórico da expressão.

¹² As emissoras comunitárias estão regulamentadas pela lei 9.612/1998 e pelo Decreto-Lei 2.615 /1998, operando através de transmissores de baixa potência.

Peruzzo contribui para afirmar o que aparece como um esforço de pensamento relacional que vem sendo trilhado pelos pesquisadores do Núcleo para compreensão das novas realidades comunicacionais e midiáticas quando enfatiza que “não há “reserva de conteúdos” a um tipo de mídia, já que na prática social, em muitos aspectos, as mídias trilham por caminhos cruzados. Para a autora é “a noção de proximidade que produz todo o sentido do que é transmitido e ao mesmo tempo representa a garantia dos vínculos no espaço local e da aceitação por parte dos receptores.”¹⁴

Por sua vez, as pesquisas sobre as chamadas rádios populares e/ou comunitárias, presentes desde o GT Comunicação e Cultura Populares, assumem feições diferenciadas, no contexto do Núcleo de Comunicação para a Cidadania, no esforço de alguns pesquisadores em capturarem as distintas lógicas que resultam dos processos de regulamentação dessas emissoras implementados a partir de 1998. Isso se evidencia nos trabalhos levados ao Núcleo de Comunicação para a Cidadania por três pesquisadoras que vem se dedicando sistematicamente ao estudo da trajetória das rádios comunitárias nos contextos da cidade de Fortaleza e do estado do Ceará.

Um primeiro circunscreve-se à compreensão dos processos de instrumentalização político-partidária dessas emissoras comunitárias nos períodos de campanha eleitoral em bairros de Fortaleza e em cidades do interior do Ceará, nos anos de 1998 e 2000, relacionada ao fato dessas rádios pertencerem majoritariamente a políticos.¹⁵ Um segundo propõe uma reflexão sobre as ofertas musicais promovidas pelas emissoras comunitárias através de um estudo sobre a audiência juvenil da Rádio Mandacaru FM junto a um grupo de ouvintes jovens ligados a expressões e a movimentos culturais populares como o reggae e o hip hop¹⁶ E, por fim, um terceiro trabalho recorre às noções de dádiva e memória para compreensão das tensões entre experiência do voluntariado e exigências de mercado que vão conformando seja a relação com a audiência seja a definição, por parte da equipe da

¹³ PERUZZO, Cicilia. Mídia local e suas interfaces como mídia comunitária. *Anais do XXVI Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Belo Horizonte: Intercom, 2003.

¹⁴ PERUZZO, Cicilia. Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária. *Anais do XXVI Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Belo Horizonte: Intercom, 2003. p. 1.

¹⁵ NUNES, Márcia Vidal. As rádios Comunitárias nas campanhas eleitorais: exercício da Cidadania ou instrumentalização (1998-2000)” *Anais do XXVI Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Belo Horizonte: Intercom, 2003.

¹⁶ OLIVEIRA, Catarina Farias. Reggae e hip hop: segmentação de mercado x diversidade cultural juvenil. *Anais do XXVI Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Belo Horizonte: Intercom, 2003.

mesma Rádio Mandacaru, de um modelo de emissora comunitária para a cidade de Fortaleza.¹⁷

Reflexão similar aparece em pesquisa sobre as implicações do emprego de técnicas originárias do marketing no planejamento e gestão das estratégias comunicacionais empreendidas pelo chamado Terceiro Setor.¹⁸ Em estudo sobre *sites* dedicados ao Terceiro Setor, a pesquisadora Maria Luiza Mendonça constata a permanência de um modelo de comunicação persuasiva orientado mais a mudanças de atitudes e comportamentos visando à adoção de idéias e produtos por parte de seu público e menos a práticas comunicacionais baseadas em uma relação de reciprocidade que, segundo a autora, possam favorecer “a reflexão, a crítica social e o surgimento de uma cultura de emancipação em que os indivíduos possam, de maneira autônoma, elaborar seus próprios projetos de intervenção no mundo e o exercício efetivo de uma cidadania conquistada.”¹⁹

Decorrente, em grande medida, desses processos de institucionalização dos meios de comunicação comunitários, constata-se, ainda, a repercussão, nas pesquisas do Núcleo, do deslocamento conceitual do massivo ou da cultura massiva, central na trajetória do GT de Comunicação e Culturas Populares, para a noção de midiático ou de culturas midiáticas, em perspectiva similar aquela defendida por Maria Cristina Mata, pesquisadora da comunicação popular na América Latina.

Distintos trabalhos de pesquisa que têm a cidadania como foco passam a assumir, no âmbito do Núcleo, o conceito de mídia não apenas como lugar de interação entre produção e recepção, mas como “marca, modelo, matriz, racionalidade produtora e organizadora de sentido”, conforme postula Matta quando se empenha em entender as repercussões desses processos de interação das audiências e na construção de modalidades de ação e intervenção de atores e movimentos sociais na sociedade.²⁰

¹⁷ MATOS, Teresa Cristina Furtado. As rádios Comunitárias, a Memória e a Dádiva. *Anais do XXVI Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Belo Horizonte: Intercom, 2003.

¹⁸ MENDONÇA, Maria Luiza Martins de. O marketing no Terceiro Setor: possibilidades e limites. . *Anais do XXV Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Salvador: Intercom, 2002.

¹⁹ MENDONÇA, Maria Luiza Martins de. O marketing no Terceiro Setor: possibilidades e limites. . *XXV Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Salvador: Intercom, 2002.. p. 14.

²⁰ MATTA, Maria Cristina. De la cultura masiva a la cultura mediática. *Diálogos de la Comunicación*. Lima: Felafacs. n° 56, p. 80-90, out. 1999.

Abordagens sobre o neopopulismo midiático na Bahia, através de estudo de caso dos usos da mídia pelo político Antonio Carlos Magalhães (ACM) ²¹ ou, ainda, sobre a incidência nas estratégias e políticas midiáticas dos imigrantes estrangeiros, suas redes e organizações no Brasil, de um *ethos* midiático transnacional que, em mídias de diferentes países, tende a associar migrações contemporâneas à cultura da violência ²² compõem um elenco de reflexões que buscam mapear, desde diferentes instâncias ou âmbitos, os atravessamentos de matrizes midiáticas sobre as agendas socioculturais e políticas relacionadas à cidadania.

A própria instância dos movimentos sociais organizados vem merecendo reflexões, desde essa perspectiva da midiaticização, conforme observamos em pesquisa sobre o Jornal da Pastoral da Criança, uma publicação bimestral de 16 páginas, destinada aos 145 mil voluntários da Pastoral representados majoritariamente por mulheres e líderes comunitárias, coordenadoras paroquiais, diocesanas e estaduais da Pastoral da Criança. O autor do trabalho, Juciano Lacerda, constata que, na busca por estabelecer interações com seu público num processo midiático, a Pastoral se anuncia, através do jornal, “como um lugar de esperança, de intimidade, de integração entre local e global, de equilíbrio e de iniciativas” ²³. Este lugar, conforme complementa o pesquisador, “se atualiza no dizer (relato das práticas) propondo uma relação contratual através do fazer, as próprias práticas das comunidades, produzindo um efeito em que o líder comunitário é a própria representação da Pastoral da Criança” ²⁴.

Como repercussão desse deslocamento do massivo para o midiático ou, ainda, como resultado das múltiplas intersecções entre instâncias macro e micro comunicacionais e/ou midiáticas, é possível entender a constituição, desde o primeiro ano de existência do Núcleo de Comunicação para a Cidadania, de um espaço específico para a discussão de pesquisas

²¹ ALMEIDA, Gilberto, ALMEIDA, Adriano. Em torno do populismo neomidiático na Bahia. *Anais do XXV Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Salvador: Intercom, 2002.

²² COGO, Denise Mídia, interculturalidade e cidadania: sobre *políticas midiáticas* e visibilidade das migrações internacionais no cenário brasileiro. *Anais do XXVI Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Belo Horizonte: Intercom, 2003.

²³ Em tamanho tablóide, o jornal tinha uma tiragem de 230 mil exemplares em 2002. Ver LACERDA, Juciano. *Jornal d {para} as comunidades – a relação entre a Pastoral da Criança e seu público via processo midiático*. *Anais do XXV Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Salvador: Intercom, 2002. p. 14.

²⁴ LACERDA, Juciano. *Jornal d {para} as comunidades – a relação entre a Pastoral da Criança e seu público via processo midiático*. *Anais do XXV Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Salvador: Intercom, 2002. p. 14.

sobre as chamadas mídias digitais, constituídas especialmente por aquelas pesquisas que abordam os processos interacionais no ambiente comunicacional da Internet.²⁵

O processo de produção de significações dos membros da Rede de Comunicadores Solidários à Criança (*Recomsol*), no ambiente digital da lista de discussão <Comunicalist@>²⁶; as mutações e especificidades das táticas de protesto no marco do chamado Ativismo Global ou Ativismo Político Midiatizado ou em Rede²⁷, a criação de uma cultura comunitária na comunidade da Mangueira, na cidade do Rio de Janeiro, a partir dos usos que fazem seus moradores de uma "*LanHouse*"²⁸, são algumas das pesquisas que em que o comunicacional, o cultural e o pedagógico se entrecruzam, desde diferentes abordagens, para a consolidação, no âmbito do Núcleo, desse espaço específico dedicado à discussão de modos de constituição e exercício da cidadania relacionado à emergência das chamadas novas tecnologias da informação e comunicação.

Tal espaço vem comportando, ainda, análises em nível mais macro, materializadas por pesquisas como a de Marta Pinheiro em que as práticas comunicacionais na Internet se materializam na preocupação em analisar *sites* que, ao terem como objetivo a socialização das informações, saberes e conhecimento, se tornam propulsores de processos da construção daquilo que a autora define como “redes de afinidades e de cooperação propondo um projeto político de comunicação que visa constituir uma cidadania global como território livre de criação e produção de valor.”²⁹

Desde esse conjunto de pesquisas, a noção de *rede* assume protagonismo, no contexto do Núcleo, instigando à (re) atualização do entendimento de dinâmicas em que as experiências de pertencimento a comunidades ou grupos sociais e as estratégias e táticas de solidariedade se cruzam a múltiplas modalidades de acesso e uso de recursos comunicacionais e midiáticos para assegurar a (re) criação permanente de um cenário que aparece epistemologicamente descrito pelo pesquisador do Núcleo, Efendy Maldonado,

²⁵ Aqui vale mencionar a presença do Núcleo de Tecnologias da Informação e da Comunicação como um espaço específico para discussão de pesquisas relacionadas à Internet.

²⁶ LACERDA, Juciano Redes digitais de solidariedade social *Anais do XXVI Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Belo Horizonte: Intercom, 2003.

²⁷ Exemplos são os trabalhos de ASSIS, Érico Gonçalves. O Movimento de Contestação do Consumismo: a Crítica do Consumo e o Consumo da Crítica. *Anais do XXV Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Salvador: Intercom, 2002 e PIMENTA, Francisco e SOARES, Leticia. Euromayday 2004 e o Ativismo Político pela Rede. *Anais do XXVII Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Porto Alegre: Intercom, 2004.

²⁸ MAIA, João Os agentes comunicacionais da Mangueira: fluxos e movimentos culturais. *Anais do XXVII Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Porto Alegre: Intercom, 2004.

²⁹ PINHEIRO, Marta. Redes um novo projeto político da comunicação. *Anais do XXVII Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Porto Alegre: Intercom, 2004. p. 1.

quando lembra que as revoluções tecnológicas dos últimos duzentos anos possibilitaram a configuração de “*modos de vida social* organizados em sistemas e redes, cada vez mais vinculados com as estruturações eletro-eletrônicas-cibernéticas e midiáticas, especialmente nas sociedades desenvolvidas do hemisfério norte, de ocidente e as formações sociais industrializadas do *Terceiro Mundo*.”³⁰

Exemplo aparece em pesquisa sobre o projeto intitulado Rede de Jovens de Comunicação que reúne adolescentes de nove regiões da cidade de Belo Horizonte, em Minas Gerais. Definida pelos jovens que a constituem como uma rede de solidariedade, é responsável pela produção e veiculação de programas de rádio, TV e jornal e pela manutenção de uma agência de notícias e um *website* com o objetivo de fazer circular e dar visibilidade a questões e temáticas ligadas ao universo adolescente, como a educação, direitos, saúde, qualidade de vida e violência.

Em olhar analítico sobre a Rede, os pesquisadores Rafaela Lima e Edison Gomes buscam apontar criticamente as possibilidades de construção de novas identidades individuais e coletivas, bem como de um redimensionamento da relação dos envolvidos com o espaço público midiático e com os processos coletivos de emancipação e conquista da cidadania. A aposta do projeto Rede Jovem de Cidadania, na visão dos autores, “é que os adolescentes integrantes da rede, ao longo do processo de construção coletiva de uma imagem do jovem que ganhará visibilidade nos diversos meios de comunicação previstos, redimensionem o próprio olhar sobre sua identidade.”³¹

Os autores adotam uma perspectiva que, em interface com a cidadania, vai se afirmando igualmente como elemento configurador da identidade do Núcleo de Comunicação: as questões e demandas relacionadas às experiências de subjetividade e de identidades culturais, inclusive como definidoras de novos projetos políticos e sociais para os movimentos sociais ou movimentos culturais, como prefere nomear o pesquisador Alain Touraine.³²

³⁰ MALDONADO, Efendy. Práxis reflexiva comunicacional e configurações sociais transformadoras. *Anais do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Belo Horizonte: Intercom, 2003. p. 4.

³¹ LIMA, Rafaela, GOMES, Edison. Rede Jovem de Cidadania: reflexões sobre as potencialidades de uma rede de comunicação comunitária *Anais do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Belo Horizonte: Intercom, 2003. p. 7.

³² TOURAINE, Alain. *¿Podremos vivir juntos? Iguales y diferentes*. Madrid: Editora PPC, 1997. p. 147.

Tributária do próprio incremento das tecnologias da comunicação, a intensificação dos contatos, conexões e intercâmbio entre culturas, favorecidos pelas múltiplas redes globais e pela aceleração dos processos migratórios no marco dessas redes, são fatores que, associados às apropriações e usos que fazem as culturas e os movimentos culturais de distintas dispositivos tecnológicos e midiáticos, favorecem essa emergência e afirmação de múltiplas identidades, também recolhidas por pesquisadores do Núcleo desde distintas perspectivas. Através da busca de visibilidade midiática e pública, cujas dinâmicas assumem um caráter mais ou menos organizativo, essas micropolíticas cotidianas de visibilidade vão contribuindo para incorporar à agenda pública, uma multiplicidade de posicionamentos pautados não mais apenas na classe social, mas no gênero, etnia, religiosidade, geração, imigração, etc.³³

O que implica, ainda, em refletir como os movimentos sociais vão articulando, no marco da formulação de suas políticas comunicacionais e midiáticas, a questão do reconhecimento e da diferença com a questão da redistribuição dos recursos materiais e simbólicos nas sociedades contemporâneas. Stuart Hall chama atenção para os riscos impostos às culturas e às identidades pela lógica midiática da visibilidade. No âmbito do *Corporate Multiculturalism* de Goldberg ou do multiculturalismo comercial, Hall alerta para a insuficiência dos postulados que sugerem que o reconhecimento público da diferença ou da diversidade cultural, através, por exemplo, da visibilidade midiática, assegurem a resolução (e dissolução) desses problemas no âmbito do consumo privado, “sem qualquer necessidade de redistribuição do poder e dos recursos.”³⁴

No marco dessa centralidade assumida pelas políticas identitárias na agenda de cidadania dos movimentos sociais, merece registro a quase ausência, no contexto do Núcleo, de pesquisas dedicadas a examinar as relações entre processos comunicacionais e midiáticos e dinâmicas de cidadania envolvendo as culturas afro-brasileiras. Exemplo são as lutas recentes envolvendo as chamadas ações afirmativas no Brasil ou as cotas para afrodescendentes que tem como cenário as mídias impressas e televisivas assim como o

³³ Retomo essa perspectiva a partir de texto de minha autoria apresentado no congresso de 2004: COGO, Denise Maria. Mídias, identidades culturais e cidadania: sobre cenários e políticas de visibilidade midiática dos movimentos sociais e que está publicado em. PERUZZO, Círcia M. Krohling. (Org.). *Vozes cidadãs – Aspectos teóricos e análises de experiências de comunicação popular e sindical na América Latina*. São Paulo, 2004, v. 1, p. 41-56.

³⁴ HALL, Stuart. A questão multicultural. In: HALL, Stuart. *Da diáspora – identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG/ Representação da UNESCO no Brasil, 2003. p. 53.

ambiente comunicacional da Internet através de websites e listas de discussão.³⁵ Sobretudo se essa ausência é lida desde a perspectiva apontada pelo historiador brasileiro José Murilo de Carvalho quando identifica na escravidão um dos três grandes obstáculos ao exercício da cidadania, sobretudo civil, na trajetória da sociedade brasileira.³⁶

A *questão da terra* ou da *grande propriedade*, o segundo obstáculo ou emblema referido e analisado por Carvalho, desponta, em contrapartida, como uma questão presente, de forma sistemática no Núcleo, especialmente através daqueles estudos que se orientam ao entendimento das práticas e políticas comunicacionais e midiáticas do Movimento dos Sem Terra³⁷, ou ainda das disputas e tensões que derivam da culminância dessas ações na esfera institucionalizada das mídias.³⁸

O terceiro obstáculo à cidadania brasileira, nomeado por Carvalho como a *desprivatização do serviço público*, parece ganhar relevância no Núcleo de Comunicação para a Cidadania através daqueles trabalhos de pesquisa que analisam práticas e projetos comunicacionais e midiáticos sobre os quais incidem as políticas públicas derivadas das novas modalidades de gestão e participação populares implementadas recentemente naquelas cidades e estados brasileiros em que, nas últimas duas décadas, assumiram governos pautadas por projetos políticos populares e democráticos, como é o caso do Partido dos Trabalhadores. Exemplos são aquelas abordagens em torno da implantação dos telecentros ou de projetos relacionados à coleta de lixo desenvolvidas por pesquisadores do Núcleo³⁹

Em um balanço desses e de outros trabalhos apresentados no Núcleo de Pesquisa em Comunicação para a Cidadania, vamos observando a convivência de pelo três instâncias de entendimento do conceito de cidadania – *sociopolítica, cultural e mundial*, Associadas a realidades comunicacionais e midiáticas, essas instâncias interagem e se mesclam para

³⁵ Vale acrescentar que trabalhos dedicados à abordagem de tal perspectiva podem assumir maior presença no Núcleo de Pesquisa Comunicação e Cultura das Minorias.

³⁶ CARVALHO, José Murilo de. *Cidadania no Brasil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004. p. 45.

³⁷ Ver MELO, Paula Reis. Recepção e cidadania: o despertar do sujeito político pelas mensagens do MST (referir que o texto está no livro). *Anais do XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Salvador: Intercom, 2002. e FILHA, Elza Oliveira. Elementos visuais do Jornal Sem Terra: reforço aos símbolos e à unidade. *Anais do XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Salvador: Intercom, 2002.

³⁸ LERRER, Débora. Os silêncios do conflito da Praça da Matriz. *Anais do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Belo Horizonte: Intercom, 2003.

³⁹ Exemplos são os trabalhos de WENDHAUSEN, Henrique. Lixo e cidadania: apontamentos para um diagnóstico sobre a lixeira da Terra Dura. *Anais do XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Porto Alegre: Intercom, 2004. LACERDA, Juciano. Comunidades on line: os espaços de telecentros como configurações: entre uma instrumentalização midiaticizada e uma comunicação para a participação. *Anais do XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Porto Alegre: Intercom, 2004.

oferecerem, através de diferentes trabalhos de pesquisa, entendimentos sobre a (re) configuração de distintas modalidades de gestão, exercício e participação cidadã de atores, grupos, comunidades e movimentos sociais.

A um *conceito mais clássico de cidadania*, ancorado no exercício de direitos civis, políticos e sociais em que se combinam os ideais ocidentais de liberdade, participação e igualdade, se agrega uma noção *de cidadania fundamentada em demandas culturais*, pautada no reconhecimento da “diferença”⁴⁰ para fazer emergir, no âmbito do Núcleo, o debate em torno da chamada *cidadania mundial e/ou transnacional*, entendida recentemente como um princípio alternativo da ordem mundial que pressupõe o reconhecimento de direitos e deveres equivalentes em esferas transversais de tomadas de decisões que afetam as necessidades e interesses vitais dos indivíduos.⁴¹

Referências bibliográficas

ALMEIDA, Gilberto, ALMEIDA, Adriano. Em torno do populismo neomidiático na Bahia. *Anais do XXV Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Salvador: Intercom, 2002.

ASSIS, Érico Gonçalves. O Movimento de Contestação do Consumismo: a Crítica do Consumo e o Consumo da Crítica. *Anais do XXV Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Salvador: Intercom, 2002.

CARVALHO, José Murilo de. *Cidadania no Brasil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.

COGO, Denise Maria. Mídias, identidades culturais e cidadania: sobre cenários e políticas de visibilidade midiática dos movimentos sociais. In: PERUZZO, Cicilia M. Krohling. (Org.). *Vozes cidadãs – Aspectos teóricos e análises de experiências de comunicação popular e sindical na América Latina*. São Paulo, 2004, v. 1, p. 41-56.

COGO, Denise Mídia, interculturalidade e cidadania: sobre *políticas midiáticas* e visibilidade das migrações internacionais no cenário brasileiro. *Anais do XXVI Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Belo Horizonte: Intercom, 2003.

ELAS fazem a diferença. *Zero Hora*. 06 de março de 2005. p. 8-11. (Caderno Donna ZH)

FILHA, Elza Oliveira. Elementos visuais do Jornal Sem Terra: reforço aos símbolos e à unidade. *Anais do XXV Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Salvador: Intercom, 2002.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. *Culturas híbridas – estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo; EDUSP, 1998.

⁴⁰ Que pode se desdobrar nos chamados “comunitarismos”, entendidos como a fragmentação acelerada dos espaços culturais em uma pluralidade de fortalezas comunitárias. Ver TOURAINE, Alain. *¿Podremos vivir juntos? Iguales y diferentes*. Madrid: Editora PPC, 1997.

⁴¹ Sobre cidadania mundial, ver HELD, David. *Un pacto global*. Madrid: Taurus, 2005. O autor toma como referência o conceito de cidadania mundial proposto por Habermas.

- HALL, Stuart. A questão multicultural. In: HALL, Stuart. *Da diáspora – identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG/ Representação da UNESCO no Brasil, 2003. p. 53.
- HELD, David. *Un pacto global*. Madrid: Taurus, 2005.
- KAPLÚN, Mario. *Una pedagogia de la comunicación – el comunicador popular*. La Habana: Editorial Caminos, 2002.
- LACERDA, Juciano. Redes digitais de solidariedade social *Anais do XXVI Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Belo Horizonte: Intercom, 2003. (Trabalho apresentado no Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania).
- LACERDA, Juciano. Comunidades on line: os espaços de telecentros como configurações: entre uma instrumentalização midiaticizada e uma comunicação para a participação. *Anais do XXVII Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Porto Alegre: Intercom, 2004.
- LACERDA, Juciano. *Jornal d [para] as comunidades – a relação entre a Pastoral da Criança e seu público via processo midiático*. *Anais do XXV Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Salvador: Intercom, 2002.
- LERRER, Débora. Os silêncios do conflito da Praça da Matriz. *Anais do XXVI Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Belo Horizonte: Intercom, 2003.
- LIMA, Rafaela, GOMES, Edison. Rede Jovem de Cidadania: reflexões sobre as potencialidades de uma rede de comunicação comunitária *Anais do XXVI Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Belo Horizonte: Intercom, 2003.
- LIMA, Venício Artur de. *Comunicação e cultura: as ideias de Paulo Freire*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981.
- MAIA, João Os agentes comunicacionais da Mangueira: fluxos e movimentos culturais. *Anais do XXVII Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Porto Alegre: Intercom, 2004.
- MALDONADO, Efendy. Práxis reflexiva comunicacional e configurações sociais transformadoras. *Anais do XXVI Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Belo Horizonte: Intercom, 2003.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *De los medios a las mediaciones*. Mexico: Gustavo Gilli, 1987.
- MATOS, Teresa Cristina Furtado. As rádios Comunitárias, a Memória e a Dádiva. *Anais do XXVI Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Belo Horizonte: Intercom, 2003.
- MATTA, Maria Cristina. De la cultura masiva a la cultura mediática. *Diálogos de la Comunicación*. Lima: Felafacs. n° 56, p. 80-90, out. 1999.
- MELO, Paula Reis. Recepção e cidadania: o despertar do sujeito político pelas mensagens do MST *Anais do XXV Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Salvador: Intercom, 2002.
- MENDONÇA, Maria Luiza Martins de O marketing no Terceiro Setor: possibilidades e limites. *Anais do XXV Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Salvador: Intercom, 2002
- NUNES, Márcia Vidal. As rádios Comunitárias nas campanhas eleitorais: exercício da Cidadania ou instrumentalização (1998-2000)” *Anais do XXVI Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Belo Horizonte: Intercom, 2003.
- OLIVEIRA, Catarina Farias. Reggae e hip hop: segmentação de mercado x diversidade cultural juvenil. *Anais do XXVI Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Belo Horizonte: Intercom, 2003.

PERUZZO, Cicilia. Gestão coletiva dos canais comunitários. *Anais do XXIV Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Campo Grande, Intercom, 2001.

PERUZZO, Cicilia. Mídia local e suas interfaces como mídia comunitária. *Anais do XXVI Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Belo Horizonte: Intercom, 2003.

PIMENTA, Francisco, SOARES, Leticia. Euromayday 2004 e o Ativismo Político pela Rede. *Anais do XXVII Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Porto Alegre: Intercom, 2004.

PINHEIRO, Marta. Redes um novo projeto político da comunicação. *Anais do XXVII Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Porto Alegre: Intercom, 2004.

TOURAINÉ, Alain. *¿Podremos vivir juntos? Iguales y diferentes*. Madrid: Editora PPC, 1997.

WENDHAUSEN, Henrique. Lixo e cidadania: apontamentos para um diagnóstico sobre a lixeira da Terra Dura. *Anais do XXVII Congresso Brasileiros de Ciências da Comunicação*. Porto Alegre: Intercom, 2004.