

Cidadania e Consumo: o Discurso das Revistas Dirigidas a Professores do Ensino Fundamental e Médio¹

Bruna Freire BASTOS²
Pietro Giuliboni Nemr COELHO³
Marcia P. TONDATO⁴
PPGCom- ESPM, SP

Resumo

Consumo, cidadania, cotidiano, identidade são temas cada vez mais problematizados nas várias áreas de estudo das Ciências Sociais Aplicadas. Vivemos uma cultura do consumo? Ou servimos a uma ideologia que alimenta uma cultura do consumismo? Somos cidadãos do mundo, ou o mundo nos deve uma porta de inserção cidadã? Visando responder a isso, foi realizado um levantamento, aqui apresentado, buscamos as referências explícitas dos temas consumo e cidadania em revistas especializadas dirigidas a professores do ensino fundamental e médio – impressas - de distribuição nacional. Do corpus inicial, foi feito um recorte do qual apresentamos a análise do discurso de matérias com uma frequência significativa destes termos para verificar de que maneira os termos encontrados estão sendo abordados e disseminados junto aos docentes, com consequente repercussão junto aos aprendentes.

Palavras-chave: comunicação; consumo; cidadania; educação; recepção.

O desafio da educação é fornecer bases para a construção do conhecimento e formação do cidadão para indivíduos-sujeitos bombardeados por informações, habituados à rapidez, mas com receios, dúvidas e ansiedades. Os educadores, ao mesmo tempo em que se deparam com esta complexidade de quem nasceu e está crescendo na era do digital e do virtual, das redes sociais e tecnologias participativas, veem resultados em sala de aula pouco significativos ou, até, decepcionantes. A evolução tecnológica que promove a comunicação instantânea exige cada vez mais a ampliação da capacidade de compreensão de dinâmicas, culturas, processos diferenciados.

Neste contexto, instaura-se no ensino uma nova preocupação: superar a realidade técnica da didática instrumental para instituir uma didática crítica e fazer brotar no aluno o interesse e a capacidade de aprender, refletindo. Mais do que nunca é exigida a capacidade de re-formar, re-formatar, rearticular informações, diferenciando ‘informar’, reproduzir informação, e ‘formar’, mudar ou adequar comportamentos. A melhor tradução da atividade

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Educação – DT6 do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Aluna do Curso de Mestrado do PPGCom-ESPM, email: fbastos.bruna@gmail.com

³ Aluno do Curso de Mestrado do PPGCom-ESPM, email: pietrocoelho@gmail.com

⁴ Docente do PPGCom-ESPM, email: mtondato@espm.br

do professor passa a ser alguém que deve “apresentar as palavras e orientar os aprendentes na busca por um sentido”, aproximando-nos o máximo possível de Bakhtin, para quem

Enquanto adquirem novas informações e conhecem novas linguagens, os aprendentes devem poder também, como respeito à versatilidade de seu sistema neuronal, deixar soltos os laços de seus significantes. Quem ensina apenas há de mostrar pistas, insinuar ritmos para a dança das linguagens (BAKHTIN, 1997, p. 71).

Isto estabelecido e entendendo que a sala de aula faz parte dos múltiplos espaços, físicos e sociais, de construção de sentido e, obviamente, de conhecimento, partimos à campo para descobrir o que chega a este professor, representante da voz dominante, na perspectiva acima delineada, referente aos temas do consumo e da cidadania por meio de publicações a ele especialmente dirigidas. Ou seja, nosso problema de pesquisa pode ser sintetizado como sendo: qual o discurso das revistas especializadas dirigidas a professores do ensino fundamental e médio e/ou à formação do professor de ensino médio em geral a respeito de cidadania e consumo? No próximo passo procedemos à análise de conteúdo de um *corpus* constituído por 23 revistas, compreendendo os títulos: Carta Fundamental (Ed. Confiança), Direcional Educador (Ed. Leitura Prima), Nova Escola (Ed. Abril), Gestão Escolar (Ed. Abril) e Pátio Revista Pedagógica (Ed. Grupo A), buscando-se a frequência da presença das palavras “cidadania”, “consumo”, “cidadão”, “consumidor”, “consumismo”, “consumidores”, “consumista”, “cidadãos”, “cidadã”, “consumir”. Os resultados de tal levantamento são expostos no quadro 3 e discutidos mais adiante.⁵

Discutindo conceitos

A reflexão e conseqüente análise dos resultados da pesquisa realizada aqui discutidas parte do princípio de que o cenário delineado após a II Guerra Mundial, com transformações abrangendo aspectos materiais, simbólicos e psicológicos da vida em sociedade, explicitou a necessidade de um repensar sobre a cidadania (TONDATO, 2010). Sob a égide de participação e inclusão cidadãs, novos rótulos são criados - consumo consciente, responsabilidade social -, visando a estruturar e controlar demandas decorrentes da fragmentação dos agrupamentos sociais e das novas dinâmicas econômicas e políticas. Rótulos que, longe de resolverem os impasses colocados pela degradação das práticas de

⁵ Esta primeira etapa do estudo constituiu o objeto empírico das discussões desenvolvidas durante o ano de 2013 no âmbito das reuniões do Grupo de Pesquisa (CNPq) Comunicação e Consumo: Educação e Cidadania, da linha de pesquisa: Processos de recepção e contextos socioculturais articulados ao consumo, do PPGCom-ESPM.

consumo (carência e excesso, lixo e poluição), mascaram a manutenção do modelo dominante por meio de “estratégias muito divergentes, que se têm feito presentes de forma fundamental em novas estruturas de classes” (ALONSO, 2006, p. 77).

A compreensão limitada das situações que levaram a estes rótulos e contextos inova as formas de consumo pela sobrevivência ou são incentivadas em nome de uma cidadania que transfere aos indivíduos uma responsabilidade que antes era dos governos e, na falência destes, foi repassada às empresas: pela preservação do meio-ambiente, amparo médico, ajuda aos indivíduos mais carentes, educação. Ser cidadão “passa a ser um movimento que implica pensar [...] o próprio planeta em que vivemos” (TONDATO, 2010, p. 12). No cenário midiático, isto é reforçado pela negação a uma cidadania comunicativa devido a modelos comerciais de concentração de bens, de sistemas de produção, de distribuição de tecnologias e poderes, um fato conhecido pelo conjunto da sociedade que é confrontada por ideologias midiáticas que “os apresentam como o *modelo de liberdade de comunicação e informação*, oferecendo uma intensa programação cotidiana de *entretenimento mercadológico e informação restrita*, muitas vezes manipulada”⁶ (MATTELART, 2009 *apud* MALDONADO, 2011, p. 2).

Caminhando para a relação consumo-cidadania, ainda que a liberdade, relativa como toda liberdade, de escolha aponte para alguns elementos da cidadania, é preciso antes considerar o que nos traz essa possibilidade é a denominada crise das instituições trabalho, política e escola, tradicionalmente fontes do “sentido coletivo da vida” que “hoje passa pelo consumo, não só como pertencimento, ou como necessidade, básica ou supérflua, mas como motor da sociedade, já denominada ‘do consumo’”. Disso derivando uma cidadania que se atrela aos saberes e fazeres da modernidade tardia, cujas práticas, não podemos negar, se relacionam diretamente com o consumo (DOUGLAS e ISHERWOOD, 2004).

Cidadania que vai além de direitos e deveres, que mais que pertencimento, é reconhecimento, é diferente de representação. As pessoas não querem “se ver representadas”, elas querem ser reconhecidas na sua liberdade de escolha “as minorias querem se fazer visíveis nas suas diferenças”, ainda que Baudrillard argumente que esta liberdade não exista pois “a necessidade se cataloga pelo valor de uso” e “os homens são iguais diante do valor de uso dos objetos, mas desiguais em relação ao valor de troca” e

⁶ Itálico no original.

“não são as ‘necessidades o fruto da produção’, mas o sistema das necessidades é que constitui o produto do sistema de produção” (BAUDRILLARD, 2007).

Ainda opondo-se à visão crítica negativa do consumo por Baudrillard, para quem o sentido do coletivo atribuído ao consumo é uma “ilusão [...] alimentada por um discurso ideológico, pois o consumo é isolado”, defendemos, junto com Garcia Canclini, Douglas e Isherwood, que nunca consumimos isoladamente, sendo o consumo cultural, como já discorreremos.

Como o mercado corrompeu o ponto de vista político a saída é dirigir-se ao núcleo daquilo que na política é relação social: o exercício da cidadania [...] ocupando-nos do consumo [...] uma prática através da qual sentimos que pertencemos”. Então [...] pensar a cidadania a partir do consumo significa aceitar a inexorabilidade da vivência em um contexto de mercado, uma estratégia de inserção do tema do “consumo” em um debate mais crítico sem esquecer aquilo de mais superficial que o caracteriza na modernidade tardia: o incentivo “externo”, a possibilidade de manipulação (GARCIA CANCLINI, 1995, p. 20).

Indo à campo - em busca de indicadores

Das colocações acima partimos para o conhecimento do que é entendido como “cidadania” e “consumo” nos discursos veiculados em revistas especializadas dirigidas à professores do ensino fundamental e médio. Tendo como universo as revistas Carta Fundamental, Direcional Educador, Nova Escola, Gestão Escolar e Pátio Revista Pedagógica, fizemos uma seleção a partir da acessibilidade.⁷

De posse das revistas, estabelecemos uma sistemática de amostragem, no período de 2010 a 2013, contemplando todos os meses do ano, com no mínimo dois exemplares, de diferentes títulos, por mês, resultando no quadro 1.

Quadro 1 – Corpus de análise									
Jan/Fev	Mar	Abr	Mai	Jun/Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Nova Escola 2012	Carta Fund. 2010	Direcional 2011					Nova Escola 2013		Pátio dez/2011 fev/2012
Carta Fund. 2011		Nova Escola 2012	Carta Fund. 2012	Carta Fund. 2011		Carta Fund. 2011	Direcional 2010	Carta Fund. 2011	

⁷ Em contato com as editoras, verificamos os limites de edições disponíveis *online*, ou mesmo para envio por correio. Conseguimos exemplares a partir de 2009, a maioria por intermédio de professores assinantes e/ou leitores das mesmas, além do envio da versão eletrônica da Pátio Revista Pedagógica pela ArtMed.

		Nova Escola 2011	Nova Escola 2010	Pátio jun/ago-2011	Nova Escola 2010	Direcional 2010		Direcional 2010	
	Pátio mar-mai 2013			Nova Escola jun-jul 2012	Gestão Escolar ago-set 2012		Carta Fund. 2011		Gestão Escolar dez/2012 jan/2013
Carta Fundamental		Direcional Educador		Gestão Escolar		Nova Escola		Pátio	

Fonte: elaborado pelo Grupo de Pesquisa

Para efetivação da análise descritiva primeiramente realizamos uma leitura-teste com todos os membros da equipe analisando a mesma matéria para estabelecermos os critérios de análise do conteúdo e definição de categorias. Isso feito, o *corpus* foi distribuído entre os membros da equipe,⁸ cuidando-se ainda para que houvesse uma diversidade de títulos para cada um, evitando o eventual viés de uma leitura “viciada” caso a cada membro da equipe fosse atribuído um único título.

Da síntese realizada após a compilação, apresentamos os resultados mostrados no quadro 2 seguido de uma análise discursiva dos termos “cidadania” e “consumo” como utilizados em uma das revistas, no caso a Pátio, escolhida por apresentar a mais alta frequência e distribuição equilibrada por todos os exemplares dos termos problematizados, ao contrário de outros títulos, nos quais a variação da frequência de utilização de cidadania e/ou consumo se mostrou bem inconstante. Por exemplo nas revistas Direcional e Carta Fundamental.

Publicação	Palavra	Frequência simples
	Cidadã – Cidadania - Cidadãos	5
	Consumidor - Consumo	4
Carta Fundamental	Ascensão ao consumismo	62
	Bens de consumo	
	Consumista - Consumismo	
	Consumidor consciente	
	Consumidores	
	Consumo - Consumir	
	Consumo sustentável	
	Hiperconsumo	
	Cidadã/o – Cidadania	
	Cidadão urbano	

⁸ Constituída pelos alunos Felipe Mello (doutorando) e Marcela Bezelga (mestranda) além dos autores deste artigo.

	Concidadãos	
Direcional Educador	Cidadania – Cidadão(s)	25
	Exercício da cidadania	
	Consumidores - Consumir	7
	Consumistas - Consumo	
Pátio	Consumidor(es) - Consumir	18
	Cidadania – Cidadã(os)	12
Gestão Escolar	Cidadania – Cidadão(s)	8

Fonte: elaborado pelo grupo de pesquisa.

A análise – em busca de explicações

Visando o aprofundamento da reflexão bem como a afirmação do conceitual teórico a ser utilizado na análise da totalidade do *corpus*, aqui trazemos como recorte duas das três edições utilizadas da revista “Pátio” na primeira fase da pesquisa (dez/2011-fev/2012, mar-mai/2013) com foco nos termos “consumo” e “cidadania”, bem como seus derivados apontados no quadro 3, verificando de que maneira eles são abordados, inferindo as possíveis reverberações desse tratamento junto ao leitores e ao que é transmitido nas salas de aula. Na edição de jun-ago/2011 não encontramos nenhum dos termos de interesse.

De modo geral, contrapomos os textos observados nas revistas com dois principais discursos acerca da relação consumo e cidadania, conforme apresentados anteriormente e aqui resumidos: o primeiro discurso faz parte do que nomeamos como discurso negativo ou reducionista, e que encontra sustentação na obra de Baudrillard (2007), que enxerga o consumo como atividade primordial de um sistema capitalista que reforça as desigualdades sociais. Baudrillard desenvolve seu pensamento a partir de uma crítica sobre a versão idealista do consumo que se caracteriza por relacionar o consumo ao crescimento econômico que fundamentalmente contribui para o estabelecimento da democracia. Versão que o autor refuta na medida em que fundamenta sua crítica nas distorções e desigualdades sistemáticas que se instalam estruturalmente no sistema capitalista e que, ao contrário do que propõe a teoria idealista, sustentam o desequilíbrio deste sistema e sua perversidade em consolidar um *status quo* segregativo e desigual, distanciando a sociedade de consumo de valores universais como democracia, igualdade e justiça. (BAUDRILLARD, 2007, p.49). Uma perspectiva para nós enriquecedora na medida em que traz uma crítica ao sistema econômico vigente, contudo limitadora por desconsiderar os aspectos históricos e culturais do consumo enquanto uma prática inexoravelmente social.

O segundo discurso a que fazemos referência, que faz parte do que nomeamos “discurso positivo ou abrangente”, encontra sustentação na obra de Garcia Canclini (2010). Aqui o consumo é entendido como uma prática que ganhou destaque fundamental na sociedade pós-industrial, visto que esta se caracteriza pela degradação política e pela descrença nas instituições, aproximando as virtudes de igualdade, democracia e justiça, outrora entendidas dentro da esfera jurídica como valores abstratos e universais, das práticas cotidianas, em especial da prática do consumo. Isso contribuiria para forjar novas formas de socialização pautadas no pertencimento, negociação de identidades, exercício de liberdade, poder e cidadania, resultando, portanto, que o consumo nutre e sustenta uma nova forma de ser cidadão (GARCIA CANCLINI, 2010, p. 42). Para nós esta perspectiva é mais abrangente na medida em que relaciona aspectos sociais, históricos e econômicos dentro da lógica da sociedade contemporânea dando ênfase aos aspectos culturais que os une.

Feita esta breve apresentação do que entendemos como “negativo” ou “reducionista” e “positivo” ou “abrangente”, caminhamos para as análises. O tema principal da edição 11 da “Pátio” (dez./2011 a fev./2012) é a pergunta “É possível ser feliz na escola?”. O editorial, “Como ser feliz na escola”, comenta pesquisa realizada pela Fundação Getúlio Vargas em 2009 mostrando que 40% dos adolescentes de 15 a 17 anos que abandonam os estudos acham a escola “desinteressante”. A partir disso, coloca-se em pauta a dificuldade das escolas em se tornarem significativas para os jovens e os desafios a serem enfrentados nesse sentido, problematizando as necessidades disso decorrentes, como a busca de novas práticas de ensino, novas maneiras de incentivar os jovens a estudar. Tendo este editorial como contexto, analisamos o discurso dos artigos e matérias que se seguem que trazem os termos aqui problematizados, com base em Orlandi (2007).

Em entrevista intitulada “Desacelerar é preciso” (p. 17) o escritor Carl Honoré defende a necessidade de buscar outras práticas pedagógicas na medida em que as atuais automatizam os alunos, formando apenas “robôs que passam em provas”, e não seres pensantes, que poderão aproveitar os conhecimentos adquiridos para outras situações. Ao falar sobre a “educação devagar”, termo criado pelo professor Maurice Holt que propõe um sistema de ensino que siga o ritmo de cada aluno, promovendo uma maior compreensão do conhecimento adquirido, o entrevistado menciona: “Ela cria **cidadãos** completos e

equilibrados, e não robôs que passam em provas”. Aqui percebe-se que a palavra em destaque é entendida pelo entrevistado como o conceito de ser humano, pessoas completas.

Ainda na mesma entrevista, o entrevistador pergunta: “Ser feliz, para muitos jovens, significa **consumir**. A publicidade ensina desde cedo a entrar na roda-viva do **consumo**. Como ensinar na escola que o menos pode ser mais?”, já estabelecendo o ato do consumo como negativo, associado diretamente à publicidade que motivaria as crianças a consumirem mais e mais, como parte de uma brincadeira, metaforicamente a “roda-viva”. A isso o entrevistado responde:

Criticando-se o **consumo** ou criando-se competições que envolvam reciclagem ou modos criativos de ganhar dinheiro em produtos de **consumo** descartáveis. Quando a escola deseja premiar um aluno por alguma realização, o prêmio não deve ser um produto de **consumo**. (...) As escolas podem desempenhar um papel fundamental vacinando as crianças contra o vírus do **consumismo**. Elas podem fazer isso ensinando o lado negativo do **consumo** (HONORÉ, p. 17).

Ao adotar “consumo” como sinônimo de “consumismo”, incentivado pela publicidade, a revista, de certa maneira, fecha a questão para o entrevistado que reforça que é papel das escolas criticar o consumo e o ato de consumir, incentivando o aluno a realizar práticas sustentáveis, sem consumir novos produtos, lutando contra o que ele denomina de “vírus do consumismo”. Neste trecho fica nítida a percepção limitada dos termos, consumir é negativo, sem consideração ao consumo como parte do viver social dos dias atuais, com importância política e relacionado ao conceito de cidadania em uma sociedade que funciona de maneira integrada, como defende Garcia Canclini (1995, p.56) ao dizer que “no consumo se constrói parte da racionalidade integrativa e comunicativa de uma sociedade”. Além disso, a questão de responsabilidade social que é imposta ao indivíduo no trecho destacado, por mais que possa ter um caráter social forte, não descarta os interesses mercadológicos de promoção de produtos sustentáveis, ecológicos; nesse ponto, fica o questionamento de até onde essa questão da sustentabilidade é benéfica no combate ao consumismo, uma vez que ela mesma pode promovê-lo?

O entrevistado cita o lado negativo do consumo ao final de sua resposta, no entanto, não coloca pontos positivos para que o leitor, que é educador/professor, possa elaborar uma opinião mais autônoma sobre o assunto, ou pelo menos consciente das possibilidades, restando apenas a perspectiva negativa sinalizada pelo entrevistador e defendida pelo

entrevistado, estabelecendo um limite que pode influenciar o que ele irá transmitir a seus alunos.

A próxima matéria “Orientação Profissional e Educação para a Carreira” mostra como o Colégio Oswald de Andrade investe na orientação e preparação dos alunos para o mercado de trabalho e escolha de um curso superior. Logo no primeiro parágrafo temos a frase: “Cada vez mais cabe a ela tratar de assuntos como sexualidade, prevenção do uso de álcool e drogas, respeito ao meio ambiente, acesso ao domínio das novas tecnologias, além de propor inovações e ensinar o sentido de **cidadania**” (p. 18). Seguindo-se a menção de ensinamentos que a escola pode e deve proporcionar a seus alunos é utilizada a palavra “cidadania” como uma síntese do que foi listado, indicando que são práticas úteis na formação dos alunos como seres humanos mas, mais do que isso, como cidadãos.

Na mesma matéria, com forte evidência de defesa (e divulgação) do programa de orientação profissional da referida, novamente o termo “cidadania” é relacionado às práticas de formação do aluno como ser humano capaz de viver em sociedade:

O projeto de orientação profissional teve início em 1988 e insere-se na dinâmica de formação de um aluno capaz de tomar decisões e agir com autonomia, responsabilidade e independência; um indivíduo que possa valorizar o espaço coletivo e adquira senso de **cidadania**. (VARDI, Cecília. Orientação Profissional e Educação para a Carreira. Pátio Ensino Médio, n.11, p.19, dez 2011/fev 2012).

Da matéria “A Geração Y e o Sucesso” destacamos o seguinte trecho:

São os atuais adultos jovens, que estão entrando no mercado de trabalho e constituindo-se em importante força de opinião pública, formação tendências e mercado **consumidor**, apresentando modos de interação com o trabalho e o sucesso profissional diferentes de seus antecessores. (BOTSMAN, Raquel. ROGERS, Roo. A geração Eu e a geração Nós. Pátio Ensino Médio, n.11, p.24, dez 2011/fev 2012).

Ao definir a Geração Y, a frase em questão explicita que os jovens adultos estão mais ligados às novas tendências, novidades, são formadores de opinião, são aqueles que consomem e acabam ditando novas tendências, o termo “consumidor” apenas complementando as características desta geração, identificando um mercado como um todo, e não uma prática em si.

Da mesma matéria (p. 26) comentamos a frase “estratégias comportamentais centradas na redução instantânea de desconfortos e frustrações que podem aparecer, com a

utilização de mecanismos de evitação de emoções negativas, como o uso de substâncias e o **consumismo**”. Aqui a referência são as estratégias dos jovens para lidar com as exigências do dia-a-dia, no caso o consumismo, visto como uma “válvula de escape”, uma estratégia para evitar desconforto. Ao contrário do que foi observado anteriormente na mesma revista, o consumismo é visto como um recurso de auxílio e não como uma patologia que mereça ser tratada. Levando em conta o restante da matéria, o consumismo é entendido como uma estratégia de certa forma criativa, utilizada pela geração “criadora de tendências” para evitar desconfortos.

Na matéria “Da Geração Eu à Geração Nós” (p. 28) observa-se a frase “Hoje, no entanto, em uma economia de **consumo** implacável, o ‘mais’ perdeu seu sentido”. O início da matéria apresenta uma trajetória histórica da economia nas sociedades, mostrando como mudou através dos anos, Na frase destacada, o termo “consumo” refere-se à atual situação de uma sociedade em que a produção excessiva não é mais necessária, como ocorria antes. Na mesma página encontramos a frase “Estamos começando a sair do transe de **consumo** em que vivemos nos últimos 50 anos. (...) O **consumidor** está cada vez mais consciente de que o crescimento finito e o **consumo** baseado em recursos infinitos não são uma combinação viável” (destacada em *box* na p. 29). Ainda mantendo um relato histórico, o termo “consumo” é utilizado para indicar algo que move a economia, mas que, no entanto, vem sendo cada vez mais percebido pelo “consumidor” como uma prática que deve ser ponderada, visto a inviabilidade de um crescimento *ad infinitum*. Ou seja, a responsabilidade de limitar o consumo, por ser algo negativo, é imputada ao indivíduo, que de “vítima impotente” do sistema, de repente é transformado em “agente salvador”.

Ainda nesta matéria temos o seguinte excerto:

Se pudermos canalizar essa energia do excesso de **consumo** para vínculos comunitários e sobrevivência planetária, conseguiremos reverter os erros do nosso passado. Estamos vendo exemplos convincentes de indivíduos e comunidades ao redescobrir um senso de significado e de reconexão além do **consumismo** (BOTSMAN, Raquel. ROGERS, Roo. A geração Eu e a geração Nós. Pátio Ensino Médio, N.11, p.31, dez 2011/fev 2012).

Em um primeiro contato com o texto identificamos que o sujeito-autor parte dos seguintes pressupostos para organizar sua fala: vivemos em um comportamento de consumo exagerado; no passado houve vínculos comunitários e de preocupação com a sobrevivência planetária que, no entanto, foram perdidos; foi cometido um erro: o privilégio da atividade

do consumo sobre a atividade de conexão comunitária; o consumismo enfraquece os vínculos comunitários, mas não os encerra.

Os pressupostos inferidos se configuram como textos que dialogam com o texto estudado, mas são anteriores a ele, fazem parte de um interdiscurso. Podemos entender também que ao admitir como um “erro” o privilégio da atividade do consumo em detrimento da atividade de conexão comunitária pressupõe-se que haja um padrão de qualidade de vida correto e errado, já que só pode ser configurada como “erro” uma conduta que não está de acordo com o que se supõe que é “correto”. Que padrão seria esse? Além de ser reforçada a posição de responsabilidade do indivíduo para salvar o planeta.

Inferimos ainda que este padrão se filia a um discurso abstrato relacionado à igualdade, liberdade, respeito e justiça, tal como nos apresenta o discurso jurídico. Neste sentido, o texto dialoga com a visão de Baudrillard na medida em que trata o consumo em oposição à prática de cidadania, como um empecilho para a democracia. Contudo, na última linha o texto sutilmente alude para a possibilidade de uma nova forma de se relacionar com o consumo, brecha que abre um mínimo de espaço para o questionamento, do qual poderia emergir o discurso de Garcia Canclini que, todavia, não é interpelado pelo texto. Apesar de o texto trabalhar os termos “consumo” e “consumismo” como sinônimos e dentro do discurso dominante, não vamos classificá-lo como “autoritário”, uma vez que a polissemia dos termos não está apagada, ela se apresenta ao longo da matéria, mesmo que de forma sutil e controlada (ORLANDI, 2003).

Em excerto extraído da matéria “Como os jovens julgam os adultos”, temos uma consecução de frases que relacionam as crenças dos adultos em relação às suas ações. Contudo, todas as frases que pressupõem coerência entre crença e comportamento apontam para uma oposição, mostrando a distância existente entre a crença e a ação.

Eles que dizem acreditar que transformar crianças e adolescentes em precoces **consumidores** é abrir-lhes as portas para a liberdade de expressão e escolha. [...] contestavam o apego de seus pais à segurança e fizeram a fortuna das companhias de seguro; pregavam uma sociedade que valorizava a cooperação e criaram um mundo onde impera o individualismo feroz; criticavam a sociedade de **consumo** e entregaram seus filhos ao **consumismo**; falavam em ‘paz e amor’ e deixaram que a violência se tornasse motivo de medo para todos. (TAILLE, Yves de la. Como os jovens julgam os adultos. *Pátio Ensino Médio*, n.11, p.37, dez 2011/fev 2012).

No momento em que o texto se refere especificamente ao consumo observamos um compromisso com o discurso crítico em relação ao idealismo neoliberal, filiado à visão de Baudrillard, na medida em que dialoga com o pressuposto de que se tornar consumidor é exercitar a liberdade, mas critica essa dinâmica como parte de uma irracionalidade capitalista que se caracteriza por forjar uma ilusão de liberdade, enquanto na realidade fortalece as desigualdades e o *status quo*.

Neste sentido, quando lemos “entregam seus filhos ao consumismo”, podemos entender que os pais se encontram em uma situação de rendição, como reféns de uma situação frente a qual não têm escolha. Esta visão fatalista apresenta os sujeitos como atores desprovidos de poder, impotentes frente à realidade, incapazes de mudar o curso de suas vidas. Um ponto de vista que se opõe ao que defende Garcia Canclini, que enxerga na prática do consumo o caminho para o exercício e negociação do poder, liberdade e identidade na sociedade pós-industrial. Este texto suprime a memória dos termos “consumo”, “consumismo”, “consumidor”, reprimindo sua polissemia, o que o configura como um discurso “autoritário”, na medida em que exclui o interlocutor da negociação cultural com os termos (*idem*).

Na próxima matéria, “O desafio de motivar os jovens”, a referência é a relação cidadania e cultura, em uma proposta de renovação nos currículos com vistas a motivar o debate entre os jovens:

Portanto, além do currículo clássico, ocorre a proposição de disciplinas como geografia literária, que permite um diálogo entre a literatura e a geografia, e cultura e **cidadania**, que propõe o debate sobre as juventudes de maneira dialogada. (MARANGON, Cristiane. O desafio de motivar os jovens. Pátio Ensino Médio, n. 11, p.41, dez 2011/fev 2012).

Ao escolher o termo “juventudes” no plural, o texto interpela o discurso sobre a diversidade e a diferença. Neste sentido, a cidadania não é apenas vista como uma forma de reconhecer a igualdade, como nos propõe o discurso jurídico, mas como uma forma de reconhecer as diferenças, bem como a diversidade dos diferentes grupos sociais. Assim, o texto interpela o discurso de Garcia Canclini na medida em que relaciona a cidadania aos aspectos práticos da vida cotidiana, nosso entender da cultura, ao pertencimento, negociação de identidade e às formas de se conviver em coletividade. Neste sentido, o texto explora a polissemia do termo cidadania, controlando seu significado, mas apresentando

novas significações, podendo, por esta razão, ser tipificado como “polêmico”, já que possibilita que o interlocutor dispute pela significação do termo (ibidem).

Na sequencia, extratos da “Entrevista com Jurjo Torres Santomé: Trabalho cooperativo e coordenado”:

É evidente que treinar os alunos para fazer avaliações é algo radicalmente distinto de educar **cidadãs e cidadãos** para entender, participar de e viver em sociedades mais democráticas, justas e solidárias. [...] que metodologias são apropriadas para capacitar a uma **cidadania** verdadeiramente informada, comprometida e responsável com os assuntos públicos. [...] apostando em uma maior socialização das novas gerações, como **cidadãos** que precisam ser conscientes e aprender a se mover nesses espaços ‘inter’; pessoas que devem ver-se como interdependentes, assumindo que têm obrigações, direitos e responsabilidades para com os demais. (SANTOMÉ, Jurjo Torres. Trabalho cooperativo e coordenado. Pátio Ensino Médio, n.16, p.20, mar/mai 2013).

Podemos inferir que o texto pressupõe um sentido de cidadania que se relaciona à justiça, solidariedade e democracia, visto que o autor diferencia um ensino direcionado para a realização de provas em comparação a um ensino que forma cidadãos e cidadãs, participantes de uma sociedade mais justa, solidária e democrática. Ao aproximar cidadania destes valores universais, que são tratados como virtudes abstratas, o texto se relaciona ao discurso jurídico, bem como quando enuncia “assumindo que têm obrigações, direitos e responsabilidades”, apontando para uma produção de sentido que dialoga com as leis da democracia ou da participação coletiva do espaço público. Neste sentido, as frases se relacionam ao discurso de Baudrillard que, como vimos, entende a democracia, bem como igualdade, justiça e liberdade como virtudes atemporais e universais.

Por fim, no excerto extraído da matéria “Sala dos Professores com José Gimeno Cristán: Educação e sociedade do conhecimento”, reconhecemos o pressuposto de que existe uma diferença entre um comportamento ativo e outro passivo pelo indivíduo:

É de se esperar que a educação seja um instrumento para decodificar a realidade à nossa volta, dotar os indivíduos das capacidades para entender o mundo, que nem sempre se revela explicitamente, e orientá-los para que adquiram plenitude como **cidadãos** ativos no desenvolvimento de uma sociedade mais culta e mais justa. (CRISTÁN, José Gimeno. Sala dos Professores. Pátio Ensino Médio, n.16, p.33, mar/mai 2013).

Verificamos também neste discurso que há uma diferenciação entre o modo correto de decodificar a realidade em oposição a “um” modo incorreto, visto que se supõe que tal

‘realidade’ “não se revela explicitamente aos nossos olhos”. Além disso, observamos que o texto relaciona cidadania com plenitude. Entretanto, nos perguntamos: No que consistiria este comportamento ativo ou passivo por parte do sujeito? E no que consistiria ‘esta’ plenitude? Seria um estado universal ou sofreria variações conforme as concepções e necessidades de cada um? Podemos dizer que este texto se filia a uma memória de sentidos que colocam em dialogo o termo “cidadania” com o discurso jurídico, novamente. Aludindo, assim, a um imaginário de sociedade ideal, baseada em noções universais de igualdade e justiça, ou como diz o texto, “uma sociedade mais culta e justa”.

Considerações finais – avançando

Os sentidos são construídos a partir das interações sociais. Nada é dado, não há sentido nato, nem fixo. Sem receio de cair no senso comum, pois isso é parte do cotidiano, vivemos um novo *sensorium* (no sentido benjaminiano) se desenvolve, mudando os parâmetros da vida em sociedade, a ponto de surgir uma ‘nova’ cultura: a cultura do consumo (SLATER, 2002, p. 32), que passa a definir as práticas sociais, os valores culturais, as aspirações e as identidades no lugar de dimensões tradicionais como o trabalho, a cidadania, a cosmologia religiosa, o contexto familiar, a participação política. Entender esta ‘nova’ sociedade, orientada pelo mercado, material e simbólico, constitui-se num desafio cada vez mais abrangente e complexo à medida que mais e mais dimensões são agregadas: educação, bem-estar social, relacionamentos.

Cada vez mais as práticas comunicacionais interpelam as construções de sentido e estabelecimento das dimensões sócio identitárias do cotidiano. Participar da sociedade midiática e ser consumidor de bens e serviços tornam-se atividades culturais, naturalizando demandas hegemônicas, inserindo o indivíduo-sujeito na cidadania. Entretanto, as pessoas não se sentem parte de um todo, por ele responsáveis. Acreditam que suas ações não tenham repercussão, dando espaço para infundáveis campanhas de mobilização, sem resultados efetivos de mudanças.

É necessário um movimento que trabalhe a educação com a mídia e a partir desta, não apenas como objeto de motivação ao estudo, mas como objeto de reflexão, inserindo seus assuntos e argumentações no discurso efetivo das salas de aula e discussões sociais. Assim como as identidades (TONDATO, 2011, p. 159), as ações coletivas só subsistem quando há espaço para ações individuais. Por mais que estejamos ‘expostos’ a interesses

dominantes, a lutas simbólicas, e reais, na complexidade que se tornou a sociedade, criam-se, ou buscam-se, brechas para a expressão dos sujeitos transformados em agentes nos seus cotidianos. E é nesse contexto hegemônico que devemos procurar e entender os novos referentes conceituais de cidadania e consumo, procurando ultrapassar as relações parciais e precárias com as quais nos defrontamos no fazer das reflexões.

Referências bibliográficas

ALONSO, L. E.. **La era del consumo**. Madrid: Siglo XXI de España Editores, 2006.

BAKHTIN, M.. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1999.

BAUDRILLARD, J.. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 2007.

GARCIA CANCLINI, N.. **Consumidores e cidadãos - conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.

GARCIA CANCLINI, N.. **Consumidores e cidadãos – conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2010.

DOUGLAS, M. e ISHERWOOD, B.. **O mundo dos bens – para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.

MALDONADO, A. E.. **A construção da cidadania científica como premissa de transformação sociocultural na contemporaneidade**. ANAIS DO XX ENCONTRO DA COMPOS - GT Comunicação e Cidadania, Porto Alegre, UFRGS, 2011.

ORLANDI, E. P.. **Análise de Discurso – Princípios & Procedimentos**. 7ª ed.. Campinas (SP): Pontes, 2007.

SLATER, D.. **Cultura do consumo & modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.

TONDATO, M. P.. **Comunicação e Consumo: pensando a recepção das convergências tecnológicas e culturais pela mulher contemporânea**. In: MELO ROCHA, Rose e CARRASCOZA, João A.. **Consumo midiático e culturas da convergência**. São Paulo: Miró, 2011, pp. 64-82.

TONDATO, M. P.. “Uma perspectiva teórica sobre consumo e cidadania na contemporaneidade”. **Conexiones. Revista Iberoamericana de Comunicación**. RIEC/Comunicación Social ediciones e publicaciones-ESPM, vol. 2, no. 2, pp. 5-18, 2010.