

**Cicilia Maria Krohling Peruzzo
Fernando Ferreira de Almeida**
(Organizadores)



**COMUNICAÇÃO
PARA A
CIDADANIA**

INTERCOM
Sociedade Brasileira de Estudos
Interdisciplinares da Comunicação

UNEB
Universidade do Estado da Bahia

Cicilia Maria Krohling Peruzzo
Fernando Ferreira de Almeida
(Organizadores)

COMUNICAÇÃO
PARA A
CIDADANIA

**Cicilia Maria Krohling Peruzzo
Fernando Ferreira de Almeida
(Organizadores)**

COMUNICAÇÃO PARA A CIDADANIA



**Universidade do
Estado da Bahia
UNEB
Pró-Reitoria de
Extensão – PROEX**



INTERCOM
SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS
INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO

Salvador/São Paulo

2003

INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos
Interdisciplinares da Comunicação

© Proibida a reprodução total ou parcial por qualquer
meio de impressão, em forma idêntica, resumida ou
modificada, em língua portuguesa ou qualquer outro idioma.

EDIÇÃO

Maria Aparecida Viviani Ferraz

ARTE DA CAPA
Sergio Tavares

EDITORACÃO ELETRÔNICA
Sergio Tavares

IMPRESSÃO

Empresa Gráfica da Bahia - EGBA

DISTRIBUIÇÃO

INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos
Interdisciplinares da Comunicação
Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443
– Bloco B9 02 – Cidade Universitária
CEP: 05508-900 – São Paulo, SP
Tel./fax: 3091 4088
Web: <http://www.intercom.org.br>
e-mail: intercom@educ.usp.br

Peruzzo, Cicília Maria Krohling

Comunicação para a cidadania / Cicília Maria Krohling Peruzzo, Fernando Ferreira de
Almeida (Organizadores). – São Paulo: INTERCOM; Salvador: UNEB, 2003.
296 p. – (Coleção INTERCOM de Comunicação ; v. 17)

ISBN : 85-88537-07-9

Contém os textos das palestras proferidas no XXV Ciclo de Estudos Interdisciplinares
da Comunicação e no XXV Congresso INTERCOM, 2002 em Salvador, BA.

1. Cidadania. 2. Comunicação de massa – Aspectos sociais. 3. Imprensa – Aspectos
morais e éticos. 4. Ética jornalística. I. Peruzzo, Cicília Maria Krohling. II. Almeida, Fernando
Ferreira de. IV. Congresso INTERCOM (25 : Salvador, BA : 2002). V. Ciclo de Estudos
Interdisciplinares da Comunicação (25 : Salvador, BA : 2002).

CDD: 302.23

SUMÁRIO

PREFÁCIO

Lourivaldo Valentim7

APRESENTAÇÃO

Cicilia Maria Krohling Peruzzo..... 11

Primeira Parte **MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA, ÉTICA E CIDADANIA**

1. **Os MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA E A CIDADANIA**
Roberto Vieira 17
2. **JORNALISMO E ESFERA CIVIL: O INTERESSE
PÚBLICO COMO PRINCÍPIO MORAL NO JORNALISMO**
Wilson Gomes 28
3. **A DEMOCRACIA, OS “MEDIA” E A “CENSURA OCULTA”**
José Manuel Paquete de Oliveira 52
4. **O PANTANAL QUE A MÍDIA NÃO MOSTRA**
Eron Brum..... 72
5. **CIDADANIA, COMUNICAÇÃO E CULTURA**
Antonio Albino Canelas Rubim..... 100
6. **CAPITAL ESTRANGEIRO NA MÍDIA BRASILEIRA:
NEM SALVAÇÃO NEM AMEAÇA**
Carlos Eduardo Lins da Silva 115

Segunda Parte **COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA, MOVIMENTOS SOCIAIS, CIDADANIA E DESENVOLVIMENTO LOCAL**

1. **GLOBALIZACIÓN O LOCALIZACIÓN: HACIA UN
ESPACIO DE IDENTIDAD CULTURAL**
Jan Servaes..... 129

2.	CIDADANIA, MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSAS, ASSOCIATIVISMO E MOVIMENTOS SOCIAIS	
	Maria da Glória Gohn	170
3.	CIDADE, COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL	
	Luiz Roberto Alves.....	203
4.	REFLEXÕES SOBRE POLÍTICAS E ESTRATÉGIAS SOCIAIS DE INFORMAÇÃO, CULTURA E COMUNICAÇÃO, EM TEMPOS DIGITAIS	
	Othon Jambeiro	219
5.	INTERNET: A NOVA SEGREGAÇÃO DIGITAL	
	Eduardo Namburete.....	235
6.	MÍDIA COMUNITÁRIA, LIBERDADE DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO	
	Cicilia Maria Krohling Peruzzo.....	245
7.	EDUCOMUNICAÇÃO E CIDADANIA: A CONSTRUÇÃO DE UM CAMPO A PARTIR DA PRÁTICA SOCIAL	
	Ismar de Oliveira Soares.....	265

Anexos

O QUE É A INTERCOM.....	287
DIRETORIA E CONSELHOS DA INTERCOM (1999-2002).....	289
DIRETORIA E CONSELHOS DA INTERCOM (2002-2005).....	291
TÍTULOS DA "COLEÇÃO INTERCOM DE COMUNICAÇÃO.....	293

PREFÁCIO

*Lourivaldo Valentim**

O tema “Comunicação para a Cidadania” nos sugere a inevitável relação com as possibilidades de construção de espaços públicos democráticos, tanto para o debate amplo de temas e interesses, geralmente excluídos da agenda pública, quanto para a participação da sociedade civil na gestão estatal. Esses dois movimentos, contraditórios e marcados pelo agravamento das desigualdades sociais e econômicas, como efeito das políticas neoliberais, em todo o mundo, apontam para as dificuldades do processo de democratização, desigual, em ritmo e efeitos, nas diversas áreas da nossa vida política e social. Diante da multiplicidade de demandas e necessidades em que se expressa a construção da democracia em nosso país, observamos como esse espaço de construção é plural, mas, muito especialmente, como ainda são pouco notáveis a capacidade de mobilização dos setores populares e o papel que a universidade continua a cumprir na organização política da nossa sociedade.

Isso nos permite dar conta da complexidade inerente à construção democrática, como um processo multifacetado que resulta da disputa entre distintos projetos políticos que, no interior da sociedade civil e dos diversos níveis do aparato estatal, confrontam distintas concepções sobre a própria natureza e os limites da democracia brasileira.

Nesse sentido, a universidade pública, especialmente a Universidade do Estado da Bahia (UNEB), universidade multi-campi e interiorizada por 23 municípios, constitui um espaço em que se enfatiza a organização e o fortalecimento dos próprios atores da sociedade civil e da sua articulação, nas interfaces entre a sociedade civil e o Estado.

À medida que os programas e projetos desenvolvidos pela Pró-Reitoria de Extensão da UNEB (PROEX) têm promo-

**Pró-Reitor de Extensão da Universidade do Estado da Bahia.*

vido a convivência entre interlocutores portadores de interesses diferenciados, para além da regulação promovida pela lógica estrita do Estado ou do mercado, evidenciam a Extensão como espaço que conjuga experiências de uma dimensão propriamente pública na sociedade baiana, que fortalecem o aprendizado e a consolidação de uma “cultura de direitos”, por meio do exercício efetivo da cidadania.

São exemplos dessa concepção, projetos como o “Programa de Qualificação Profissional para Trabalhadores Culturais Afro-descendentes”, que vem propiciando a formação de percussionistas e congrega diversas entidades culturais baianas — terreiros, blocos e grupos de cultura afro — em uma experiência coletiva de trabalho, que reafirma o convívio social e a construção da identidade. Ao despertar um olhar crítico sobre os processos sócio-culturais e, principalmente econômicos, de mercado e comunicação, essa proposta busca superar o domínio das diversas habilidades que a profissionalização pura e simples pode assegurar.

Em mesma direção, o “Projeto de Gestão Social”, promove a capacitação de gestores e dirigentes de organizações da sociedade civil, em um trabalho de educação para a cidadania, em parceria com outras universidades estaduais baianas, cuja meta é propiciar condições para o estabelecimento de uma rede de sustentação eficiente no atendimento das demandas sociais. Uma proposta que gera soluções compartilhadas, permeáveis e abertas à reflexão e à crítica, e favorece a manifestação concreta da heterogeneidade e complexidade da composição da sociedade civil. Tais desenvolvimentos integram as diretrizes de uma política de promoção social desenvolvida pela gestão da Reitora Ivete Alves Sacramento, que integra programas de ação afirmativa para diversos grupos, mas cuja face mais visível é o projeto de quotas para afro-descendentes, como uma forma, segundo a Reitora, de reparação de “uma dívida histórica”.

Muito sensível aos anseios da comunidade unebiana, como um todo, a PROEX ainda tem canalizado esforços para a construção de diversos núcleos de pesquisa, na Universidade do Estado da Bahia, o que culminou com a criação, este

ano, do NUGSEX-DIADORIM, Núcleo de Estudos de Gênero e Sexualidade, coordenado pelo antropólogo Osvaldo Fernandez, que começa a congregar os pesquisadores da UNEB e de outras instituições, do Brasil e do Exterior, configurando-se como um espaço acadêmico de estudo, ensino, pesquisa e extensão.

E assim foi com a realização, em 2002, do XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em parceria com a Intercom — Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, estreitando nossos laços com a comunidade acadêmica brasileira e internacional e ampliando as possibilidades de novas parceiras, como a edição deste livro “Comunicação para a Cidadania” complementa nosso esforço em direção à participação cidadã, especialmente por reunir contribuições de diversos pesquisadores e estudiosos desse tema tão crucial para a disseminação de valores de interesse público, em direção à construção de uma nova cultura política. A realização do XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação certamente já constituiu um grande avanço nesse sentido, não apenas pelo intenso envolvimento de diversas instâncias da Universidade, mas principalmente por integrar professores e estudantes de comunicação de outras instituições de ensino superior de Salvador – Bahia. Tal mobilização foi, para todos nós, um instrumento de reflexão sobre o papel que a universidade tem a desempenhar na construção da cidadania e um canal propício à elaboração de formas mais efetivas de exercício democrático, quando pudemos compartilhar informações, interesses e recursos.

Ao comprometer-se com a ressignificação da extensão universitária, através da atuação conjunta e da promoção de encontros entre o Estado e as diversas instâncias sociais, a UNEB tem apostado, de forma significativa, na participação da sociedade civil, pela crescente abertura à atuação de diversos atores, interesses e posições políticas.

APRESENTAÇÃO

*Cicilia Maria Krohling Peruzzo**

O tema “Comunicação para a cidadania” foi escolhido pelos associados da INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação para ser discutido de forma destacada no seu XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, de 1 a 5 de setembro de 2002, ano do jubileu de prata da entidade.

O evento foi realizado na cidade de Salvador (BA), em parceria e com a inestimável colaboração da UNEB – Universidade do Estado da Bahia, sob a coordenação da professora Maria Aparecida Viniani Ferraz. Foi o maior congresso já levado a efeito pela INTERCOM, tendo possibilitado a difusão e o debate de pesquisas relevantes da área da comunicação social. Os Núcleos de Pesquisa da entidade propiciaram espaço para a exposição de 523 trabalhos publicados em Anais¹.

Esta coletânea reúne os textos das palestras proferidas no XXV Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, evento componente do congresso, dedicado à discussão específica do tema “Comunicação para a cidadania”. O livro está organizado em duas partes.

A primeira, sob o título “Meios de Comunicação de Massa, Democracia e Cidadania”, procura dar conta das questões cruciais relacionadas ao desempenho da grande mídia na sociedade contemporânea, especificamente no que diz respeito às formas de controle da informação, às suas contradições e à sua responsabilidade social diante e de suas interfaces com o interesse público e o desenvolvimento da cidadania. Vários autores se dedicam ao tema, sob diferentes ângulos, como pode ser visto em “Os Meios de Comunicação de Massa e a Cidadania” – Roberto Vieira; “Jornalismo e Esfera Civil: O Interesse Público como Princípio Moral no

**Ex-presidente da INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (gestão 1999-2002).*

Jornalismo” – Wilson Gomes; “A Democracia, os Media e a Censura Oculta” – José Manuel Paquete de Oliveira; “O Pantanal que a Mídia não Mostra” – Eron Brum; “Cidadania, Comunicação e Cultura” – Antonio Albino Canelas Rubim; e “Capital Estrangeiro na Mídia Brasileira: Nem Salvação Nem Ameaça” – Carlos Eduardo Lins da Silva.

A segunda parte, denominada “Comunicação Comunitária, Movimentos Sociais, Cidadania e Desenvolvimento Local”, reúne textos sobre a comunicação na perspectiva do desenvolvimento da cidadania, que tem como ponto de partida e de encontro a ação concreta dos cidadãos, do nível comunitário ao cultural, educacional e político. São retomados alguns conceitos fundamentais sobre a questão local, movimentos sociais, cidadania, políticas de comunicação, educomunicação etc. e analisados diferentes processos de participação social na comunicação. Os textos reproduzidos são: “Globalización o Localización: Hacia un Espacio de Identidad Cultural” – Jan Servaes; “Cidadania, Meios de Comunicação de Massa, Associativismo e Movimentos Sociais” – Maria da Glória Gohn; “Cidade, Comunicação e Desenvolvimento Local” – Luiz Roberto Alves; “Reflexões sobre Políticas e Estratégias de Informação, Cultura e Comunicação, em Tempos Digitais” – Othon Jambeiro; “Internet: A Nova Segregação Digital” – Eduardo Namburete; “Mídia Comunitária, Liberdade de Comunicação e Desenvolvimento” – Cicília Maria Krohling Peruzzo; e “Educomunicação e Cidadania: a construção de um campo a partir da prática social” – Ismar de Oliveira Soares.

O presente livro, ao difundir conceitos e reflexões sobre as relações entre meios de comunicação e cidadania, certamente estará contribuindo para o debate de um tema de grande relevância social. As relações entre meios de comunicação e sociedade, pelo lado da mídia de grande alcance e poder comunicativo, têm merecido atenção de pesquisadores em todo o mundo. Tais relações vão se tornando mais complexas e diversificadas à medida que a sociedade e as tecnologias se transformam.

Nessa perspectiva, pensar a comunicação para a cida-

dania no sentido globalizante implica olhar para suas várias manifestações: no âmbito dos grandes meios de comunicação de massa (rádio, televisão, jornal etc.) e, fora dele, o universo do popular, do comunitário e do local.

A mídia incorpora os símbolos da liberdade de imprensa e da democratização da informação e do conhecimento. Cada vez mais contribui, embora não seja determinante, no processo de reelaboração cultural e acesso à informação, o que não deixa dúvidas sobre sua importância na ampliação da cidadania. Mas, está imersa em contradições. Enquanto bem de interesse público, é esperado que seja compreendida e transformada de modo a direcionar sua prática para finalidades de interesse público. Na sua dinâmica de mudanças constantes, a sociedade propícia o surgimento de outras manifestações de comunicação que também contribuem imensamente para a ampliação da cidadania. Referimo-nos à comunicação cidadã (comunitária, local, participativa, educativa etc.) que materializa a democracia do poder de comunicar e representa um ponto de passagem para uma sociedade não só de receptores, mas de emissores.

Se o livro, no conjunto, conseguir indicar esses entrelaçamentos e evidenciar a cumplicidade entre comunicação e cidadania, terá cumprido seus objetivos.

NOTAS

¹ Disponível em CDRom. Contatos: intercom@usp.br

... e a sua função é a de
através dos dias vividos, a
poder, quanto aos meios de
transformam em escola retórica para
reais impressões.

O objetivo desta primeira parte
é apresentar os meios de comunicação
de massa, a ética e a cidadania.

Primeira Parte

MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA, ÉTICA E CIDADANIA

OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA E A CIDADANIA

Roberto Vieira*

O tema do XXV Congresso da INTERCOM se faz mais do que oportuno. Nunca se falou tanto em cidadania neste país, como no momento atual. A concomitância da realização do XXV Congresso com o período da sucessão política no cenário institucional brasileiro, proporciona uma visão cosmo-rômica de um cenário por onde se projetam todas as estirpes de linguagens e retóricas, das mais ricas às mais caóticas. Uma oportunidade especial para se constatar empiricamente o valor que a cidadania assume na conjuntura atual, tanto através dos discursos das facções políticas que almejam o poder, quanto dos meios de comunicação de massa que a transformam em escudo retórico para camuflarem os seus reais interesses.

O objetivo deste trabalho é refletir sobre o papel dos meios de comunicação de massa em relação à cidadania na contemporaneidade, dando destaque à adaptação de alguns instrumentos analíticos como a noção de *campo* de Bourdieu [1989], o conceito de *ethos* de López Pan [1995] e o de *sus-tentabilidade* de Demo [2000] e outros.

Nestes momentos históricos, um leque de temas são sacados da dimensão pública contemporânea, de onde borbulham múltiplas demandas, das quais algumas serão recorrentes durante todo o processo que se consagrará no escrutínio universal. Dentre essas, a cidadania se destaca presente em praticamente todas as retóricas que compõem o mosaico de linguagens do cenário político hodierno.

Para começar, é necessário que se esclareça o conceito de cidadania, um termo que comporta mais de um paneiro de significados. Há séculos, a cidadania vem sendo motivo e

*Professor e pesquisador do Departamento de Comunicação Social da UFPA; Vice-Diretor do Centro de Letras e Artes da UFPA.

fundamento para mudanças e transformações sociais. Já na constituição da Carta Magna dos Estados Unidos [1776] e na plataforma ideológica da Revolução Francesa [1789], a cidadania foi reivindicada como condição fundamental para a equidade, a justiça, e a liberdade sociais. Em 1948 ela seria inscrita na Carta dos Direitos da Organização das Nações Unidas [ONU], como um princípio elementar na regência das relações humanas e sociais. Desde então, todos países foram aos poucos incorporando a cidadania em suas Constituições. No Brasil ela aparece como um dos fundamentos do Estado Democrático, na Constituição de 1988, a que está em vigência.

Mas o que é então a cidadania, tão falada e propalada? Cidadania é um *status* jurídico e político que concede ao cidadão direitos e deveres. Direitos nas esferas civil, jurídica e social, e deveres, no âmbito, por exemplo, da prestação do serviço militar, do recolhimento de impostos, da denúncia da malversação da coisa pública, etc. O trabalho realizado por Manzine-Coure [O que é Cidadania - 2001] pode esclarecer bem a todos interessados em aprofundar seus conhecimentos teóricos sobre a cidadania.

Agora, portanto, o importante é conceber a cidadania como inscrita num campo de relações e interações de sujeitos. Que ela deixou de ser uma simples figura retórica, para instituir-se como instrumento jurídico e político à disposição de todos os cidadãos. Porém, uma vez garantida a sua conquista, novas questões afloraram na complexa operacionalidade do seu exercício. Como diz o adágio “O hábito não faz o monge, só a profissão regular” [Neves, 1996: 223]. O exercício efetivo da cidadania acaba inserindo-se no campo de poder que abarca todas as dimensões da realidade, onde os interesses das elites nem sempre se coadunam com os da base da pirâmide social. Essas relações de forças na pirâmide social, como esclarece Bourdieu, “garantem aos seus ocupantes um *quantum* suficiente de força social – ou de capital – de modo a que estes tenham a possibilidade de entrar nas lutas pelo monopólio do poder” [1989: 28].

Neste campo, o exercício da cidadania por grandes parcelas da sociedade tem se deparado com barreiras de

diversas ordens. Uma delas, de real relevância, se reporta à formação de um *ethos* social, no sentido de uma interface que possibilite a confluência e o contato das subjetividades, na modelação dos valores, dos costumes e da moral que se pretende prevalecentes nas relações sociais, seja da produção da riqueza deste país, seja da manifestação cultural em todas as suas nuances.

Embora muitos avanços estejam ocorrendo na sociedade brasileira após o término da recessão democrática [a própria Constituição incorporando a cidadania, é um exemplo], ainda falta esse “quantum de força”, ou uma “disposição de ânimo” que restabeleça a energia primária que alavanca as grandes culturas a patamares superiores de manifestação. Nesse sentido, um traço que estigmatiza e atravanca o desenvolvimento social brasileiro, é o mimetismo cultural, talvez, a pior praga que assola não só o Brasil, mas também muitas outras nações do planeta. A descaracterização cultural tem ecoado fundo na gruta da alma deste país, ôca, suas paredes reduzidas a mosaicos de quinquilharias e espelinhos refletindo as imagens brilhantes de logomarcas multifamosas.

O *ethos* seria portanto, esse *quantum* a vivificar o campo da cidadania, o ânimo do povo, da cultura, da nação. Cidadania é *ethos* na sua maior expressão, que se enraíza nas subjetividades coletivas. Sem as práticas coletivas fica difícil de conquistar avanços significativos na melhoria da qualidade de vida de cada cidadão.

Uma outra barreira se reporta ao repto da sustentabilidade. Segundo o PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, a sustentabilidade passa pela qualificação da cidadania. Ou seja, não apenas os agentes econômicos são responsáveis pelo desenvolvimento sustentável, mas a qualificação do cidadão, sua formação, sua educação é fator preponderante na garantia do desenvolvimento sustentável. E agora, a preocupação se estende além da preservação e conservação dos recursos naturais para as futuras gerações. Ela alcança o desenvolvimento sustentável do próprio cidadão. Como se sustentar em um mundo altamente competitivo e sofisticado, que implica no domínio de habilidades no ma-

nuseio de tecnologias que demandam formação intelectual especializada? A educação passa a ser condição *sine-qua-non* para todos os cidadãos, afim de que possam se autopromover criando oportunidades de desenvolvimento sustentável a si próprios [Demo,2000].

Mais um óbice a ser enfrentado pela sociedade brasileira na efetivação plena de sua cidadania, se volta para a questão da denominada sociedade do conhecimento [Castells-1997; Lévy-1993; Demo-2000]. Essa nova sociedade que emerge na contemporaneidade é altamente tecnológica. Suas estruturas produtivas se sustentam, dentre outros eixos, nos da informação e do conhecimento, requisitos sem os quais não se tem acesso à cidadania. Cidadania é instrumento estatutário constituído na Carta Magna que rege as relações sociais e humanas entre todos os campos sociais desta nação. Estar bem informado é estar garantido contra toda e qualquer espécie de discriminação, de abusos de poder político e econômico, de exploração do trabalho, da mulher e da infância, da mais-valia absoluta e relativa, do cerceamento à livre expressão do pensamento e da comunicação, enfim, o conhecimento da norma jurídica proporciona à sociedade um instrumento legal para o exercício pleno de sua cidadania.

As oportunidades de atualização e geração de conhecimento são condições indispensáveis para o amadurecimento da cidadania, quanto maior for o universo conceitual abarcado pelos cidadãos, mais abundante será a colheita da cidadania. Diante do campo educacional vigente, primordial se faz uma revisão profunda dos critérios de acesso ao ensino superior público e gratuito, como também dos menus curriculares ofertados pelas universidades e faculdades. Com o avanço da telemática e da microeletrônica, novas perspectivas se apresentam para a qualificação profissional, social e política dos cidadãos.

Voltando agora as atenções para o campo comunicacional, onde os meios de comunicação de massa se destacam como um eixo vital na plasmação da dimensão pública contemporânea, a intenção é refletir pontuando algumas questões que podem vir a somar valor no entendimento das

relações de poder que esses meios vêm exercendo no campo comunicacional. Serão destacados os conceitos de credibilidade dos meios, da sua dimensão espacial e penetração no tecido social, o conceito de *ethos* retomado no interior dos meios e seus reflexos nos campos sociais e a inserção do Estado nas esferas produtivas e políticas dos meios de comunicação de massa.

A credibilidade dos meios de comunicação se vinculam diretamente às suas linhas editoriais ou programáticas. Qualquer cidadão se mantém fiel a um meio de comunicação enquanto a garantia do pacto ideológico for assegurada. Como qualquer outro produto que se estraga quando mal manuseado, a informação também se corrompe quando mal codificada, no sentido de um tropeço na amarração de um argumento, de uma manchete, enfim, uma postura inadequada para os padrões compactuados nas intersubjetividades. O professor Marques de Melo já realçou há tempos essa relação de caráter político valorativo, quando enunciou que os meios de comunicação de massa orientam suas atividades em dois níveis: “o primeiro nível na esfera da linguagem em si, quando o emissor precisa conhecer a linguagem do receptor médio para formular sua mensagem nesse diapasão” [1985:47]. E o segundo nível voltado para as tendências predominantes: “o público quando escolhe um meio, quer um que reforce suas visões e idéias. É natural que os meios de massa estejam sintonizados com posições ideológicas de seu público” [Ibid.].

A credibilidade se constitui, nessa perspectiva, nos laços que envolvem a simpatia e a afinidade entre emissores e receptores. A verdade não pertence aos meios de comunicação mas à sociedade. No campo comunicacional a diversidade de opiniões garante a liberdade de escolha como um princípio inalienável da cidadania. Mas, se as opções são caóticas, a descredibilidade anda em alta. Pesquisas evidenciam que os graus de confiança nos jornalistas e nos artistas, a nata dos meios de comunicação de massa, batem nas canelas da credibilidade dos cidadãos [www.novae.inf.br].

A exacerbação do grotesco que se tornou recorrente na mídia de massa, filtra da dimensão pública as questões mais

relevantes para o debate público, seja através do agendamento de temas secundários, que só prestam para instigar a lassidão na periferia, seja através da parcialidade expressada através de abordagens tendenciosas. Nessa perspectiva, quem tem a comunicação tem o poder [Guareschi, 2001], já que, o que prevalece na mente das pessoas é o que foi formatado pelos meios de comunicação, ou pelos seus anunciantes através das agências de publicidade. O que faz a real diferença de um projeto de comunicação para outro, reside justamente no seu grau de credibilidade, na isenção como os temas são tratados, pautados ou abordados.

Nesse sentido, o caráter manipulador dos meios de massa, que vetam determinados temas e expõem apenas o que lhes interessa e da forma que interessa, só pode ser combatido se o campo comunicacional romper, através da cidadania, os laços que amarram as mídias de massa à tutela política. Ou seja, se nas disputas dos campos de poder for garantida a presença institucional da cidadania, deslocando o combate das idéias e ideologias para o campo das linguagens, onde confluem todos os campos sociais.

Um segundo fator caracterizante do campo comunicacional é o nível de enlaçamento espacial dos meios de massa, no sentido da cobertura e da penetração desses meios. Sem trocadilhos, pode-se dizer que o Brasil entrou na era da globalização antes mesmo do que os países desenvolvidos. A imensidão do território brasileiro, sua diversidade étnica e cultural, conseguem se manter unidas graças ao poder de coesão dos meios de massa. Primeiro através do rádio, e depois da televisão, os meios de massa homogeneizam os interesses nacionais segundo a ótica das minorias encasteladas no planalto central. Embora cada região detenha meios de comunicação locais, através dos quais os campos de poder regionais se locupletam na alternância do comando nos campos da política, um oligopólio comunicacional fundeado em São Paulo e no Rio de Janeiro, mantém seu raio de ação sobre os quatro cantos da nação, reproduzindo as perspectivas ideológicas do Império.

O enlaçamento espacial pela mídia de massa e a sua penetração no tecido social, facultam-lhe a vigilância ideológica

dos padrões, como se verá mais à frente, manipulando a opinião pública através do jornalismo profissional e, por meio da complacência do mundo artístico, criando e mantendo imaginários homogêneos do Solimões ao Guaíba, do Morro de São Paulo ao Pico da Neblina. Viajar pelo Brasil é uma experiência geográfica maravilhosa, mas, por outro lado, contemplar o campo comunicacional da periferia é uma experiência repugnante. As mídias regionais são maquiagens grotescas da mídia cartelizada, embora, muitas disponham de recursos tecnológicos de alta qualidade.

Nessas regiões, ao homogeneizar o espaço imaginário dos cidadãos, os meios de massa despojam os significados do universo "local", negando-lhes a possibilidade de outros "espaços" de ser, através do reducionismo de significados, furtando-lhes a democracia cosmológica [Wertheim, 2001].

A nova dimensão virtual propiciada pelo aparato telemático, indica novas possibilidades de reversão desse processo reducionista, mas ainda distante de alcançar o cotidiano das mentes globalizadas. Nesse sentido, os meios de massa eletrônicos são os únicos a garantir a padronização mental vigente em todos os rincões brasileiros, seja ela negativa ou positiva.

Avançando o olhar sobre a relação dos meios de comunicação de massa com a cidadania, e vice-versa, depara-se com a questão da responsabilidade social das empresas de comunicação, no que se refere aos seus códigos de ética e valores, ou melhor, no fundamento do *ethos* de sua personalidade. Nunca é demais lembrar que os donos dos meios de comunicação de massa tratam as suas empresas como se fossem confeitarias, alterando o recheio da empada sem avisar a clientela, como o fez o editor e proprietário do jornal Última Hora, no Rio de Janeiro, na década de 60, o jornalista Samuel Wainer que refez todas as matérias produzidas pela editoria internacional quando estourou a guerra do Yom-Kipur, justificando: "Eu sou judeu e no meu jornal Israel nunca perde guerra" [Malta, www.OI, 2002]. Ou mais contemporaneamente, na querela que tem perdurado envolvendo os jornalistas Alberico Souza, Ronald Carvalho, Juca Kfourri e Mônica Bergamo, entre outros, sobre a famosa edição do Jornal

Nacional de dezembro de 89, que acabou selando a sorte das eleições presidenciais do primeiro regime democrático após a superação da ditadura militar. A pendenga vem rendendo, mas importante nisso tudo é que o Ronald Carvalho entende que o Collor ganhou aquele debate do Lula por 5 a 1. Essa foi a metáfora que ele encontrou para editar o programa: goleada. Seu código de valores foi trágico para a sociedade brasileira, ao facilitar, até prova em contrário, a vitória do caçador de maracujás, como bem disse o Lula encerrando o debate. Embora uma última versão diga que a palavra final tenha sido dada pelo empresário Roberto Marinho: "Façam a matéria correta" [www.AcessoCom, 2002].

Na realidade não é apenas o código de ética e de valores, mas a própria composição do *ethos* dos profissionais que lidam com os meios de massa. De seus valores sim, mas também de seus costumes, comportamentos e atitudes. Como se diz, não dá para ser ético só na profissão. Não dá para ser ético como médico numa sala de cirurgia e, após o parto, se retirar para o seu consultório e ficar navegando na pedofilia digital.

Sem um novo *ethos* que fundamente novas relações no interior do campo comunicacional, a cidadania continuará se prestando mais para a manutenção do *status quo* vigente do que para alavancar um cenário condizente com uma nação que se deseja lastreada nos princípios da equidade, da oportunidade universal e da pacificidade.

Uma última digressão antes de fechar essas reflexões sobre a mídia de massa e a cidadania, aponta justamente para a inserção do Estado nesses meios de comunicação. Pelo menos em duas dimensões o Estado é determinante nas dinâmicas estruturais dos meios de massa: uma é a dimensão política e a outra a econômica. Na política o Estado é refém da política partidária da hora. É o caso atual do presidente Fernando Henrique Cardoso, após ter criticado o ex-senador Antônio Carlos Magalhães por ter distribuído meios de comunicação em troca de favores políticos, comete o mesmo abuso de poder favorecendo o seu compadrio, presenteando-os com meios de comunicação sem a licitação tão propalada

e pouco praticada. O governo acaba agindo como proprietário dos meios de comunicação, concedendo as outorgas segundo as articulações e necessidades políticas do momento. O que é abuso de poder.

A segunda dimensão é a econômica, evidentemente, com o governo liderando o ranking dos maiores anunciantes do país. Não são necessárias grandes elucubrações para perceber as conseqüências deste fato. A própria recente institucionalização do Conselho de Comunicação Social, que levou 14 anos para sair do papel e poderia ser um espaço efetivo da cidadania no campo comunicacional, acabou se compondo por elementos diretamente ligados aos meios de comunicação de massa, descaracterizando sua finalidade histórica.

Como já observou o professor Lucchesi, a mídia brasileira assumiu o papel de "porta-voz" do governo, desenvolvendo uma nova modalidade de jornalismo: o jornalismo de Estado. Como é sabido, o governo brasileiro persignou-se no batistério da catedral neoliberal, onde a irmandade do FMI e do BIRD regem os sacramentos da privatização e da globalização como parâmetros sagrados da democracia pós-moderna. Para a mídia de massa a verdadeira cidadania é aquela que emana dos cofres do Estado, que manda construir e reconstruir retóricas segundo o sermão neoliberal.

Para finalizar, claro que as observações aqui desenvolvidas são importantes, embora não suficientes para enlaçar todas variáveis intervenientes nos distintos campos de poder que regem a questão comunicacional e da cidadania neste país. Os cientistas da comunicação já construíram conhecimento suficiente sobre os diversos campos sociais que se entrelaçam através dos meios de comunicação, e têm evidenciado a gravidade do controle desses meios pelo Estado neoburguês, que se auto-sustenta no poder através das imagens e dos simulacros construídos nas subjetividades dos cidadãos pelos meios de comunicação de massa.

Mas, também não se pode negar que mudanças estão ocorrendo no interior do próprios meios de massa, em vista da própria pressão da sociedade organizada. Os meios vêm assumindo novas posturas críticas, particularmente através

dos programas de jornalismo, dando destaque para questões da cidadania, como é o caso da série de matérias sendo desenvolvidas pelos telejornais, por exemplo a série "O Poder do Cidadão" da TV Globo, que evidenciou a política do maracujá no período eleitoral [embora a flor do maracujá exale um dos perfumes mais apreciados da natureza, ela é namorada assiduamente pelas abelhas *zangão*, as que provocam a ferroadada mais dolorida, às vezes mesmo fatal]. Não deixa de ser uma contribuição no avanço da construção de um novo *ethos* social, já que sem informação não há debate, não há o que se correlacionar.

Este, portanto, é um momento especial para todos os brasileiros que sonham com transformações radicais nos campos de poder deste país, porquê através dele poder-se-á galgar a um patamar superior de vida. Ou não. A cidadania está lançada.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACESSOCOM. - POLÊMICA CONTINUA –
www.acesoccom.com.br. Capturado em 29/08/2002.

BOURDIEU, P. – *O Poder simbólico* – Trad.: Fernando Tomaz – Ed. Bertrand Brasil: Rio de Janeiro, 1989.

DEMO, P. – *Pesquisa e Construção do Conhecimento – metodologia científica no caminho de Habermas*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2000.

GUARESCHI, P. – *Sociologia Crítica: alternativas de mudança*. 50ª ed. Edipurs: Porto Alegre, 2001.

LÉVY, P. – *As Tecnologias da Inteligência – o futuro do pensamento na era da informática*. Trad. Carlos I. Costa. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

LÓPEZ PAN, F. – *70 Columnista de La Prensa Española*. In BARROS FILHO, C. – *Ética na Comunicação – da informação ao receptor*. São Paulo: Moderna, 1995.

MALTA, F. H. – *Teoria da Comunicação* - www.observat
orioidaimpressa.com.br. Capturado - em 18/08/2002.

MANZINE-COURE, - *O Que é Cidadania* – São Paulo: Brasiliense, 2001.

MELO, José M. – *A Opinião no Jornalismo Brasileiro*. Petrópolis: Vozes, 1985.

NEVES, R. S. – *Dicionário de Expressões Latinas Usuais*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.

O OCASO DA MÍDIA – www.novae.inf.br/mfn/ocaso.htm. Capturado em 20/08/2002.

WERTHEIM, Margaret – *Uma História do Espaço de Dante à Internet* – Trad. Maria L. Borges; Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

JORNALISMO E ESFERA CIVIL: O INTERESSE PÚBLICO COMO PRINCÍPIO MORAL NO JORNALISMO

Wilson Gomes*

Desde as suas origens modernas, o discurso de autolegitimação moral do jornalismo tem-se apoiado na idéia de que a existência de uma imprensa livre decorre da sua importância para a defesa do "interesse público", isto é, do conjunto dos interesses da cidadania. Quando a "imprensa de opinião" é substituída pela "imprensa empresarial" praticamente toda a atividade jornalística se reconfigura, mas o discurso de autolegitimação moral do jornalismo continua afirmando o interesse público como sua meta e sentido. O trabalho examina, para além dos discursos, se a idéia de interesse público ainda pode ou deve ser considerada um princípio moral para o jornalismo contemporâneo, como se apresentam as suas releituras e quais as continuidades e descontinuidades entre as suas origens liberais e as formas contemporâneas do periodismo.

A LEGITIMAÇÃO PELO DISCURSO: JORNALISMO E INTERESSE PÚBLICO

O jornalismo, como todas as instituições, possui um discurso cujo propósito é afirmar a sua legitimidade social. Um discurso social é um conjunto de falas, locuções, textos, sentenças em circulação onde se postulam e reafirmam visões de mundo, valores, teses, apreciações acerca de temas ou núcleos de temas relevantes para a sociedade ou para um setor social específico. Não é propriamente teoria, sobretudo porque não desenvolve mecanismos de provas e demons-

* Professor Titular de Teoria da Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Doutor em Filosofia (1988). Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da UFBA. Pesquisador 1 do CNPq.

trações semelhantes aos empregados no discurso científico, embora freqüentemente ganhe a forma de teses ainda mais apodíticas do que as da ciência.

Por outro lado, mais que o discurso científico, promove o engajamento existencial, oferecendo motivações, explicações e razões de ser, orientando a existência e as suas decisões, ordenando e hierarquizando os valores adotados pelos indivíduos, estabelecendo e justificando vocações. Nesse sentido, atinge antes de tudo o próprio campo social, seus agentes, suas instituições e sua mentalidade, sustentando as crenças fundamentais e organizando as convicções sobre natureza, sentido e destinação do próprio campo. Assim, tanto está à base de verdadeiras e arraigadas convicções que cimentam a identidade do grupo ou da corporação, quanto de ideologias, mitologias e auto-enganos que cumprem exatamente o mesmo papel das primeiras.

Além disso, o discurso social comporta, de forma inseparável da primeira dimensão, uma função direcionada à sociedade em geral, cujo escopo é produzir no corpo da sociedade as mesmas convicções internas do campo social que o origina. Nesse caso, não, evidentemente, para criar identidade de grupo mas para produzir legitimidade, ou seja, para produzir convicção social acerca da importância e da necessidade da corporação para o bem-estar da própria sociedade. Só assim, então, o discurso deixaria de ser um «dialeto» da corporação para se tornar propriamente discurso social. E só assim deixa de ser apenas um discurso voltado para produzir identidade do campo para se tornar, além disso, discurso de autolegitimação social.

Assim, o discurso de autolegitimação do jornalismo, além da função de refletir e configurar a identidade da corporação, cumpre a decisiva tarefa de convencer a todos de que o jornalismo é uma instituição importante, preciosa e necessária para toda a sociedade e que, portanto, deve ser mantida, protegida e cuidada pelos cidadãos, mediante uma cultura e uma mentalidade, e pelo Estado através das suas leis e princípios.

A olharmos de perto, a fundamentação discursiva da

própria legitimidade social pode ser realizada de pelo menos dois modos. No primeiro deles, a legitimidade se fundamenta em termos da função social da instituição, isto é, da função prática que a instituição cumpre no interior de uma sociedade qualquer. Funções práticas não são necessariamente funções reais, no sentido de que aqui operamos tanto com dados factuais quanto com imaginação, com fantasias compartilhadas por quantidades demograficamente importantes de pessoas, com percepções públicas, opiniões coletivas. Quanto mais importância for atribuída a essa função social, quanto maior for o número de membros da sociedade percebidos como dependentes da sua execução, quanto maior for a convicção social sobre o seu valor estratégico, tanto maior será a quota de legitimidade conferida à instituição que tem tal função como própria e específica.

No segundo modo, a legitimidade se fundamenta tendo como base o horizonte dos valores socialmente reconhecidos. Não é a mera função prática o que importa, mas o fato de que essa função tem valor moral, é elevada do ponto de vista da escala de valores adotada pela sociedade. A sua função prática pode nem ser tão imprescindível assim, pois se a atividade que cumpre for considerada nobre, a instituição social estaria plenamente legitimada. Desde que, naturalmente, a sociedade – ou parte importante dela – partilhe a mesma tábua de valores e a mesma convicção sobre a nobreza do serviço ou produto que a instituição presta. Por isso mesmo, o discurso de autolegitimação, sob este aspecto, não apenas justifica, a partir dos valores socialmente aceitos, a elevação e nobreza da instituição que representa, como também educa a sociedade para manter socialmente válidos os valores que justificariam nobreza e elevação de tal instituição. Em outras palavras, não apenas justifica a sua excelência moral pelo quadro de valores dados, mas provê a adesão social para os valores que são a condição para a justificação da sua excelência moral.

A modo de exemplo, pode-se dizer que o discurso que fundamenta a legitimidade social da medicina ou do direito pela função social vai insistir no papel, indispensável, das

duas instituições no interior da sociedade, enquanto o discurso da legitimidade moral vai tentar convencer da eminência da atividade médica para proteger e servir à vida, valor absoluto, ou da nobreza da atividade dedicada à proteção de todos os homens, através de Leis e Contratos, contra a força e o arbítrio, sustentado no reconhecimento de que cada homem é sujeito de direitos e dignidade. Todos valores supremos.

Para identificarmos as linhas principais do discurso de autolegitimação de uma instituição ou de um campo social, basta que, de um modo ou de outro, alguém apresente a seguinte pergunta: esta instituição social, para que serve? Pois façamos essa pergunta à instituição que aqui nos interessa e interroguemos: e o jornalismo, para que serve essa instituição? Pois bem, por mais diferenciadas que sejam as perspectivas sobre o jornalismo e a sua função social, a resposta mais provável a essa questão hoje em dia incidirá certamente sobre o tema do «interesse público». Haverá sempre quem responda, com grande anuência das platéias, que o jornalismo como instituição é imprescindível para sociedades democráticas justamente porque é capaz de servir ao interesse público. E de fazê-lo de maneira freqüentemente melhor que outras instituições com a mesma destinação, como a política. Mais que uma função social, o serviço ao interesse público é valor eminente e o princípio que o prescreve torna-se uma determinação moral. Em suma, o que tornaria o jornalismo uma instituição legitimada do ponto de vista social seria o fato de ele estar voltado para servir, da maneira mais completa, ao interesse público.

O fenômeno aqui referido como interesse público não é propriamente uma palavra-chave que em todos os discursos de autolegitimação se apresente com a mesma terminologia. É um tema, que pode ser apresentado através da expressão «interesse público» ou de vários outros termos do mesmo campo semântico. No fundo se quer dizer o mesmo quando se fala de serviço ao interesse público ou quando, alternativamente, afirma-se que o jornalismo serve à «opinião pública», ao «cidadão comum», à «coisa pública», à «sociedade», ao «bem comum» etc. mantendo-se inalterada a idéia de que

aquilo que for do interesse e da concernência da cidadania será objeto eminente do serviço que o jornalismo presta à sociedade. O importante é assegurar que o jornalismo não deve ser concebido como um ramo de negócios ou de serviços industriais quaisquer, pois “comporta certas tarefas essenciais para o mais amplo benefício da sociedade, especialmente no que respeita à vida cultural e política” (McQuail, 1993 p. 70).

Estabelecido o valor socialmente reconhecido, a partir dele se declinam numerosas palavras-chaves, slogans, credos, palavras-de-ordem que constituem o material fundamental da construção do discurso de autolegitimação do campo. O jornalismo americano, por exemplo, compraz-se na reiteração da sua função de “cão de guarda” do interesse público, inclusive e sobretudo contra o campo da política. Faz parte das tradições mais arraigadas do discurso liberal a afirmação de que a função democrática mais fundamental do jornalismo é a de agir como *watchdog* a vigiar o Estado, para revelar os abusos contra o interesse público cometidos nas esferas governamental e política e para fomentar o debate público sobre o funcionamento do governo (Cf. Curran, 1993 p. 84-90; tb. Marcondes Filho 2000). No jornalismo brasileiro – e não apenas neste – a categoria que se considera valor universal corresponde a uma instância da realidade tão difusa quanto imprecisa mas com enorme poder de gerar veneração e culto – a «opinião pública» (cf. Gomes, 2000) – a quem o jornalismo responde, representa e serve. E quanto maior o valor de culto da «opinião pública» tanto maior é o grau de legitimidade social da instituição social encarregada de protegê-la, defendê-la, velá-la. Uma variável importante, por muitas razões, como veremos a seguir, é representada pela idéia de «público», que nesse contexto deveria significar algo como a esfera civil, a esfera da cidadania. Não há manifesto em nome da liberdade de imprensa ou de expressão, em geral, ou da autonomia de um profissional ou de um órgão de imprensa em face dos poderes político e econômico, em particular, que não passe pela afirmação de que o jornalismo conhece apenas uma servidão, a servidão voluntária ao «público» que, por isso mesmo, liberta-o de todas as outras amarras e constrictões.

O discurso de autolegitimação do jornalismo é hábil em empregar o interesse público – ou a classe de temas e termos com que ele é expresso – como princípio maior da sua deontologia. A prescrição é precisa e vale como determinação moral: nos casos em que dois valores morais entram em conflito, o jornalista deve obedecer àquele valor que se relacionar diretamente à satisfação do interesse público. A preservação da intimidade das pessoas, por exemplo, é certamente um valor. Não obstante isso, se o valor da intimidade se contrapuser ao valor do interesse público, a deontologia prescreve que se sacrifique a intimidade (a alheia, não a dos jornalistas), salvando-se com isso o bom jornalismo. O importante é que o interesse público – entendido aqui como o direito que o público tem de saber determinadas coisas do seu próprio interesse – seja preservado.

Mesmo eminentes valores associados ao jornalismo, ganham sentido por sua vinculação discursiva ao horizonte do interesse público. Pensemos, por exemplo, em sacrossantos jornalísticos como «liberdade de expressão», «liberdade de opinião» e «liberdade de imprensa» (cf. Kalley; Donway, 1990; tb. Lichtenberg 1990). Têm sentido no interior de discurso de autolegitimação apenas porque são condições de possibilidade para o serviço à opinião pública. Afinal, para que servem senão para assegurar a existência da livre opinião pública ou para garantir que os interesses da esfera civil sejam reconhecidos e satisfeitos? A idéia de base disso tudo assegura que existe um público, uma esfera de cidadania, que precisa encontrar livres canais de manifestação para fazer-se valer ante o Estado e diante da sociedade. A liberdade dos canais de expressão seria, portanto, condição para a satisfação da sua soberania.

IMPRESA E ESFERA CIVIL: O DISCURSO LIBERAL

E de tal forma isso segue tranqüilo e assegurado que se tivermos que interrogar o discurso de autolegitimação vigente no jornalismo, a primeira categoria a ser examinada há de ser exatamente o tal de interesse público. Por que razão o jor-

nalismo o vem utilizando há pelo menos duzentos anos como sua máxima razão de ser? O que justifica tamanha insistência numa categoria que tanto sabe a Iluminismo e liberalismo, horizontes discursivos que todos afirmam tão distantes de nós?

É de conhecimento comum que a classe burguesa europeia, ao redor do século XVIII, detentora de muito poder econômico e nenhum poder político, estabelece polemicamente contra a classe que lhe é antagônica – a aristocracia – um conjunto de instituições que constituem, política e economicamente, o modelo de sociedade onde ainda nos situamos (cf. Habermas, 1984). Trata-se de nada mais nada menos que instituições como a democracia moderna e os institutos que lhes são correlacionados: mercado, esfera pública, opinião pública, jornalismo de opinião.

A correlação entre isso tudo é dada pela forma intelectual da burguesia, constituída pelo Iluminismo. Os burgueses foram encontrar numa instituição pouco provada na história da humanidade, apenas experimentada em períodos curtos nas formas da democracia grega e da república latina, dotada então de aura clássica, a contraproposta ao modelo institucional da produção da decisão política então empregada na aristocracia (cf. Souza, 2001; Dahl, 2001; Habermas, 1995). O modelo alternativo proposto pelos burgueses consistia, então, em afirmar que a legitimidade da decisão se estabelecia apenas quando ela decorria do público escrutínio da racionalidade e da discussão (Cf. Gomes, 1998; Gomes, 1999). Contra o segredo, a publicidade; contra o arbítrio, a argumentação; contra as investidas do direito de sangue ou do direito divino, a soberania do público; contra a clausura da decisão, a esfera da discussão pública.

No seu modelo polêmico, os burgueses foram encontrar no «público», em sua acepção republicana (substituto do *démos* grego), a categoria fundamental da sua forma de governo. O «público», o povo, é a esfera da cidadania, daqueles que têm soberania na sociedade de direito, daqueles que produzem a decisão que concerne à cidade (cf. Müller, 1998). É a esfera civil. O «público» é também a assembléia, a instância de discussão dos privados (no sentido de desprovidos de

investidura no Estado). Nesse modelo adversário do Estado aristocrático, a decisão política legítima seria aquela capaz de refletir a posição e a vontade da esfera civil, seria a opinião do público, opinião pública. E a «publicidade», no sentido de exposição ao público, deveria ser o procedimento normal de funcionamento do Estado, ele mesmo entendido como *res publica*.

Um dos instrumentos fundamentais para a manifestação e formação da opinião do público é a imprensa. Entendida ainda nessa configuração como imprensa de opinião, no sentido de que cada órgão representava uma perspectiva, um lugar de fala no debate público no interior do qual a opinião do sujeito privado se formava e podia, ao mesmo tempo, ganhar a forma de uma opinião geral. Os órgãos de imprensa não precisavam possuir pluralidade interna ou isenção de ânimo, já que a pluralidade decorria das múltiplas vozes sociais concertadas quanto às agendas do debate mas contrapostas quanto ao seu modo de apreciar os seus temas e resolver as suas questões.

O fato é que a imprensa que nasce desse modo recebe de tal nascimento um certo destino e um conjunto de propriedades. Nasce burguesa, portanto, em polêmica contra o Estado e a favor da esfera civil, entendida como esfera dos homens livres e privados dispostos em situação de discussão pública dos temas e objetos relacionados ao bem comum. Nasce iluminista, por conseguinte, convencida dos valores representados pela argumentação, pelo debate público e pela racionalidade. A argumentação democrática é valorizada enquanto princípio e procedimento que protegem a sociedade da violência ou do arbítrio. O debate conduzido pelo público é valorizado porque seculariza o poder retirando-o do segredo e expondo-o ao exame público em situação de discussão aberta e leal. O exame racional das normas, posições, princípios e leis é apreciado pelo que isso significa de ruptura com um universo político onde a decisão sobre o bem comum se apóia exclusivamente no arbítrio do soberano ou na indiscutível vontade divina. Nasce também liberal, portanto ciosa da sua autonomia em face do Estado ou dos poderes, e convicta de

que a liberdade de expressão, opinião e imprensa são instrumentos fundamentais para um modelo de sociedade baseada na autoderminação dos sujeitos.

Essas marcas constituem, desde então, as bases da estrutura discursiva da sua autolegitimação social. Antes de tudo, a desconfiança com relação à esfera política e ao governo em nome de um reafirmado vínculo com a esfera civil, cujos interesses precisam ser protegidos contra as outras esferas. A meta aqui é reduzir os nichos do segredo, possivelmente seqüestrando para o domínio do público aquilo que o Estado ou o campo político gostariam de manter reservado. Mas há também a constante reiteração da importância de fomentar o debate público e formar a opinião pública, além do tema das liberdades de opinião e expressão como condição fundamental de uma sociedade livre.

Não seria isso exatamente o que chamamos de ideologia? Na verdade, há um pouco disso e um pouco daquilo. As marcas burguesas, liberais e iluministas são de tal maneira essenciais ao discurso de autolegitimação do jornalismo que a esse ponto é impossível separar o mero recurso verbal voltado para mascarar a realidade a partir de um determinado cálculo de ganhos da sinceridade e convicção na adesão ao discurso. E além disso, o que importa?

DEPOIS DA IMPRENSA DE OPINIÃO: O INTERESSE PÚBLICO AINDA É O PRINCÍPIO FUNDAMENTAL DO JORNALISMO?

Nesses mais de dois séculos, muita coisa mudou. Inclui-se a disputa entre burguesia e aristocracia se encerrou com a vitória total da primeira. O Estado absolutista viu-se substituído pelo Estado burguês. A esfera pública, outrora polêmica, torna-se institucionalizada no interior do Estado através dos Parlamentos, distanciando-se da esfera civil. A produção da decisão política se realiza através de assembléias políticas eleitas de tempos em tempos e obrigadas a proceder ritualisticamente como uma esfera de discussão pública – uma esfera pública sem público, mas com os escolhidos do públi-

co que a mitologia democrática insiste em chamar de “representantes”. A opinião pública reduz-se assustadoramente até a dimensão, antes impensável, de ser apenas manifestação de preferência e disposições entre opções pré-estabelecidas (o voto, por exemplo) e não cumpriria maior papel social não fosse a importância dos campeonatos eleitorais para autorizar a condução do Estado e para legitimar as assembleias de “representantes”. A esfera civil, o âmbito da cidadania, o público, enfim, perde praticamente qualquer importância política além do espaço institucionalmente previsto da eleição – o que é tanto e tão pouco ao mesmo tempo.

Mudam o mundo e as suas instituições. Muda também o jornalismo, que deixa o modelo da imprensa de opinião para assumir decididamente o modelo da imprensa empresarial, não mais entendida como um conjunto de serviços sociais destinados a suprir *a arena da opinião civil*, mas como um sistema industrial de serviços voltados para prover *o mercado de informações* segundo o interesse das audiências. A mudança de modelo implicou na reestruturação de padrões de comportamentos e disposições, na alteração de prioridades e princípios, na modificação dos modos de produção do material jornalístico, do tipo de formação e de profissional pretendido, do leitor-modelo previsto nas estratégias discursivas, de quase tudo, enfim. Suprir o mercado de informações num estado de enorme concorrência, para um conjunto de consumidores com a maior quota de tempo livre e com o maior poder de escolha da história da humanidade, num ritmo de produção cada vez mais acelerado (chegamos, com a internet, ao estágio dos estoques informativos renovados a cada minuto) e para atrair uma audiência distraída, dotada dos interesses os mais diversos e cada vez mais distanciada da vida política – eis o propósito, a meta e a razão de ser do jornalismo empresarial contemporâneo.

O discurso de autolegitimação do jornalismo, pelo menos em sua maior parte, continua o mesmo, não obstante todas as mudanças nas condições sociais da sua existência e nos modelos com que ele é praticado. Como se ainda estivéssemos dois dias antes das revoluções burguesas, o jornalismo continua falando de opinião pública, liberdade de

imprensa e de interesse público praticamente no mesmo sentido em que essas categorias eram usadas há duzentos anos. Parecem vozes de outro tempo e de outro jornalismo: o elogio da opinião pública, a afirmação do jornalismo como a única mediação confiável entre a esfera civil e o Estado, a função do jornalismo adversário da esfera governamental, tudo isso se mantém no imaginário e no discurso por uma estranha e inquietante inércia discursiva.

JORNALISMO E DEMOCRACIA: O QUE PERSISTE?

Dois riscos impõem-se a esse ponto do argumento. O primeiro deles consiste em, uma vez identificada a matriz histórica do discurso e determinada a sua descontinuidade no presente, negar qualquer vínculo direto entre o que se afirma discursivamente e a realidade mesma das coisas. De fato, não é difícil contrastar a descontinuidade da ordem da realidade (circunstâncias históricas e modelos institucionais) com uma continuidade na ordem do discurso e da linguagem (continuidade terminológica). Passar da percepção desse paradoxo ao diagnóstico de que, portanto, o discurso de autolegitimação do jornalismo seria puramente ideológico, mero artifício de psicologia social ou simplesmente *flatus vocis* destinado ao auto-engano pode ser tão simples quanto incorreto.

Antes de tudo porque embora a atitude de suspeita contra o Estado aristocrático não possa se replicar em um Estado burguês, não há sistema político em que as esferas da decisão política e a esfera civil se encontrem perfeitamente harmonizadas, nem mesmo na democracia dos modernos. Mesmo no sistema liberal-democrático, o campo político tende a proteger os seus mecanismos, meios e modos de produção da decisão política, de gestão da coisa pública e de administração do poder do Estado, pelo menos parcialmente, do conhecimento e da ingerência da esfera civil. A esfera civil é em geral desprovida de possibilidades de interferência direta na condução quotidiana da coisa pública, na distribuição do poder político ou na produção da decisão sobre o bem comum. A esfera pública não-deliberativa, a conversação civil

e todas as formas de discussão dos cidadãos onde se forma a opinião pública não estão previstas nos modos democráticos de produção da deliberação, de administração do Estado e de controle do seu capital político. A esfera pública efetivamente deliberativa, ritualizada nas formas parlamentares da democracia contemporânea, está fora de alcance direto da esfera civil, que nem ouve nem é ouvida. Por fim, é fato então que o instituto da esfera da discussão pública civil está, paradoxalmente, em desuso nas sociedades de regime democrático, mas resta assegurado o papel do instituto da eleição, ainda completamente reservado à esfera civil, de forma que se pode seguramente afirmar que democracia contemporânea se reinventa na curiosa forma de uma «democracia eleitoral».

629. A impotência da esfera civil, dispensada de funcionar como uma esfera pública capaz de produzir efeitos políticos diretos, converte-se assim em uma considerável potência, pelo fato de ser a instância de autorização dos agentes para o exercício das funções de Estado através de eleições e plebiscitos. O fato da consulta à esfera civil ser episódica pode ser pouco para o tipo de eficácia política que a sociedade gostaria de ter, mas significa certamente muito na perspectiva do campo político, até demais para o seu gosto, pois é o suficiente para que ele se torne constantemente confrontado por clivagens e reavaliações realizadas por uma esfera que, a rigor, ao mesmo tempo em que lhe é estranha, estranha-o certamente. Dá-se para o campo da política o fenômeno que podemos chamar de «eleição interminável», que consiste no fato de que assim que um sujeito político é autorizado no pleito eleitoral precisa começar a trabalhar para ser reconhecido e novamente aprovado pela esfera civil no pleito seguinte.

630. Se o engajamento na esfera pública, entretanto, munificava os cidadãos com os repertórios cognitivos necessários para a compreensão das agendas políticas, das questões-chaves e dos agentes e instituições em disputa, o acionamento da esfera civil apenas de forma episódica não é mobilização cívica suficiente para que a atenção, a percepção e a memória do cidadão tenham os insumos de informação necessários para as práticas eleitorais.

Nesse sentido, o jornalismo pode ainda efetivamente servir à esfera civil, disponibilizando os repertórios de informação, os estoques cognitivos - ainda mais necessários em tempos de desmobilização cívica e de distanciamento crescente entre esfera civil e esfera política - de que a cidadania necessita para tomar posição nos campeonatos eleitorais. Há certamente os fluxos de comunicação política provenientes do campo político e destinados à esfera civil, visada entretanto na condição meramente de audiência e de eleitorado. O que o jornalismo garante para a esfera civil é um fluxo alternativo de comunicação política, fora do controle dos interesses do campo político, portanto, aparentemente mais confiável e mais respeitoso do interesse civil, do interesse público. Além disso, o trabalho de redução das zonas de segredo da política e a exibição nos seus fluxos informativos à disposição de todas as audiências daquilo que o mundo da política preferiria que fosse reservado e preservado, certamente presta um enorme serviço à esfera civil, no mínimo para a formação do seu voto. Há, portanto, funções para a democracia, mesmo reduzida à democracia eleitoral, que só um jornalismo comprometido com a idéia de interesse público é capaz de cumprir.

O INTERESSE PÚBLICO E CONCEITO DE JORNALISMO

Por outro lado, o risco de entender a vinculação declarada ao interesse público por parte do jornalismo como mero exercício discursivo se completa com o risco oposto, a saber, o de se acreditar demais no discurso de autolegitimação, tomando-o como se fosse como um descritor fiel do modo como as coisas se passam na realidade. Como nesse segundo risco incorrem tantos, e há tanto tempo, sejamos claros o maximamente possível: o serviço ao interesse público não pode ser um princípio absoluto da prática jornalística. Por muitas razões.

A primeira razão se prende ao fato empírico de que o interesse público não parece ser capaz de fundamentar moralmente toda a atividade jornalística contemporânea. O que está em jogo na idéia de interesse público é a contraposição

entre a esfera política, de um lado, e a cidadania ou esfera civil, de outro. A esfera política da sociedade é aquela que lida com o controle do Estado: poder político (a começar pela fazenda pública), administração dos recursos comuns, elaboração e administração da lei e produção da decisão política referente às coisas de interesse geral. A esfera civil, por outro lado, reúne a cidadania ou o conjunto dos que têm direitos e que, portanto, possuem a soberania política, são concernidos pela decisão política e pelo modo como se gerenciam os recursos comuns, mas que, fora dos momentos especificamente eleitorais, não têm participação direta no controle do Estado. A *questão do interesse público* na teoria e na prática democrática consiste no problema de fazer garantir que o que interessa à esfera civil, ao público, possa ter influência na produção da decisão política. Nesse sentido, servir ao interesse público significa oferecer à esfera civil a possibilidade de se ver representada e satisfeita nos procedimentos regulares da esfera política. Como o serviço que o jornalismo pode prestar é a produção e circulação de informações, servir ao interesse público significaria colocar à disposição do público os repertórios informativos necessários para que ele possa influenciar a decisão política e a gestão do Estado, para que possa fazer-se valer na esfera política. Servir ao interesse público é servir à cidadania, no sentido de possibilitar que a coisa pública, o bem comum, seja decidido e administrado segundo o interesse geral da sociedade.

A rigor, apenas as dimensões do jornalismo que produzem efeito sobre o interesse da esfera civil poderiam estar integralmente ao serviço do interesse público. O jornalismo, entretanto, está longe de se conter nessas dimensões. As demandas de informação especializada de todos os níveis, provenientes de variados setores da sociedade, comportam a necessidade de um número extremamente amplos de modos de jornal e jornalismo, particularmente em nossos dias. Mesmo no interior dos grandes jornais, onde as editorias de política e economia ainda são o centro da hierarquia da notícia e da opinião, grande parte da informação oferecida destina-se a propósitos distantes dos interesses da prática de cidadania

política. Onde estaria a concernência entre, por exemplo, informações sobre a vida privada de estrelas de televisão, informações sobre automóveis e motos, matérias sobre bromélias e caprinos, reportagens sobre chalés, enfim, tudo isso, e o interesse público no campo político?

Teríamos apenas duas alternativas para resolver esse impasse e retomar a idéia de interesse público como princípio fundamental do jornalismo. A primeira consistiria em escolher o interesse público como demarcador da identidade do campo e excluir do jornalismo tudo aquilo que não tivesse um vínculo direto com esse propósito. Assim, os tablóides sensacionalistas, os jornais de finanças, as revistas sobre vida no campo, arquitetura, construção, decoração, bebês, assim como as editorias de polícia, comportamento, moda, esporte etc. não estariam incluídos no jornalismo por não representarem a sua forma mais "nobre" e "eminente". Não fosse, para início de conversa, uma alternativa impossível do ponto de vista empresarial, ainda assim seria difícil imaginar razões sólidas para que uma reconversão à política como esta possa e precise se dar. Afinal, o jornalismo não teria adquirido as feições de um balcão de serviço variado de informações se a sociedade contemporânea, ou certos setores que a compõem, não o tivesse demandado e não necessitasse de um serviço desse tipo.

Haveria ainda uma segunda alternativa a se lançar mão, que consiste em compreender a noção de interesse público num sentido extremamente lato, de forma a incluir tudo aquilo que no jornalismo, direta ou indiretamente, aparelhasse o indivíduo para a vida social. O noticiário esportivo não parece oferecer insumos para que a esfera civil imponha seus interesses à esfera política, é verdade, mas através do esporte adquirimos, sei lá, noções de convivência, boa vontade, cooperação, superamos as diferenças das comunidades políticas e culturais e aprendemos, de algum modo, a ser cosmopolitas. Essa alternativa é inaceitável por algumas razões: a) uma re-interpretação de tal maneira ampliada da noção de «interesse público» choca-se violentamente contra o fato de que ele está longe de ser o conceito empregado em todo esse pe-

ríodo que nos separa das revoluções burguesas; b) implicaria na conversão de todo o jornalismo em atividade pedagógica, segundo um esforço de fantasia pouco convincente, que faria com que o noticiário sobre moda, formigas cortadeiras ou sobre a contribuição do botox para a configuração plástica da atriz dos nossos sonhos sempre nos oferecesse algum rendimento para a vida pública, pois, afinal, alguma coisa sempre se aprende; c) por fim, minaria as bases do discurso de autolegitimação do jornalismo, pois não haveria como distinguir essa instituição de todas as outras instituições sociais a partir de um parâmetro tão alargado e tão frouxo. Nesse sentido, mais do que do jornalismo, deveríamos dizer que não há qualquer instituição social, a começar pelas creches e jardins-de-infância, que não tivesse ao seu centro o interesse público, já que todas elas são instrumentos da nossa socialização. Aqui vale uma velha e sábia regra argumentativa: quanto maior for a extensão de um conceito menor será a sua utilidade para explicar a realidade.

O jornalismo é ramo de atividades, um negócio legítimo como tantos outros, e não simplesmente um serviço público. Quem está no jornalismo está no ramo da informação sobre o estado atual do mundo, a atualidade. Ao contrário de muitos outros negócios, o jornalismo não simplesmente vende o seu serviço ao consumidor de informações. Ele oferece ao consumidor informação sobre determinados âmbitos da atualidade, nos padrões de qualidade, velocidade e profundidade demandados, buscando fazer a maior quantidade possível de clientes, a audiência. A audiência conseguida é, então, vendida ao anunciante, operação que em geral paga as contas e mantém funcionando o negócio.

Nada há de incorreto nesse procedimento, e a rigor é estranho que em geral ele não seja objeto do clássico discurso de autolegitimação empregado no campo. O estudante de jornalismo freqüentemente ainda orienta vocação e escolha pelo discurso clássico de autolegitimação, sonha transformar o mundo e imagina-se um servidor da cidadania, exercendo uma função essencial para a democracia contemporânea. Antes mesmo da formatura descobre-se num ramo de negócios

que produz e distribui informações pelas quais obtém audiência a ser repassada aos anunciantes. A sua auto-imagem construída em torno da missão de desvelo ao interesse público, choca-se com a experiência de um sistema industrial de produção da notícia, que o lança em editoriais ou em órgãos de imprensa onde a preocupação com a cidadania não poderia se apresentar. Torna-se um cético e, habituado a fundar a ética da sua profissão no sublime e sacrossanto «interesse público», despreza a possibilidade de que também os ramos de atividade industrial possam ser guiados por valores morais, ainda que não tão grandiloqüentes ou altissonantes.

Será a frustração do choque de realidade, serão outros os motivos, o fato é que, sem chamar muito a atenção, o discurso de autolegitimação do jornalismo começa a realizar uma reconversão dos sentidos. Curiosamente, essa reconversão discursiva não parte do dado de realidade - o jornalismo empresarial - para identificar aí as bases morais que deveria substituir o «interesse público»; a torção proposta consiste em modificar o sentido das palavras, mantendo a continuidade terminológica e a mesma aura de eminência moral. Nesse movimento, o jornalismo manter-se-ia a serviço do interesse público, mas o «público» teria o seu sentido modificado.

No discurso liberal clássico, «público» é relacionado a povo, a cidadania, conforme o sentido republicano de que se apropria. No discurso reformado do jornalismo, «público» é apenas um outro nome para *audiência*, para uma grandeza demográfica qualquer, para uma quota de pessoas. Trata-se de uma quantidade qualquer (ou de toda a classe) de consumidores de informação, de receptores dos fluxos comunicacionais. É também uma função social exercida por um conjunto demograficamente importante de sujeitos da realidade. Como toda função, ela pode mudar embora não mudem os sujeitos que a realizam. Assim, os mesmos sujeitos que são *audiência* na perspectiva dos fluxos de comunicação, convertem-se em *consumidores*, para o mercado, e em *eleitorado*, para o campo político. E é justamente nessa sua capacidade de conversão que a *audiência* tanto interessa ao mundo produtivo e ao universo político. Nesse sentido empobrecido,

nem é mesmo necessário manter o sentido singular da categoria «público». Tanto vale falar de «públicos», portanto, de classes de audiências, estabelecidas a partir de variantes demográficas quaisquer.

Mudados os sentidos, eis que reaparece o “interesse público” no seio do jornalismo empresarial pronto para cumprir o seu papel de valor absoluto da deontologia profissional. Nesse sentido, o jornalismo estaria integralmente a serviço do interesse público, à medida que, não importando o seu formato, destinação, objeto, profundidade ou enfoque, todo jornalismo tem o seu público consumidor, a sua audiência, a que deveria prestar serviço. Sai de cena o «cidadão» e o pros-cênio fica inteirinho à disposição do «leitor». Sua excelência o leitor deve ser servido, apenas com ele o jornalismo “tem o rabo preso”. Muita ética contemporânea no jornalismo resolve, então, partir daí, isto é, do contrato, do pacto entre o leitor (o espectador, o ouvinte, o internauta, em suma, a audiência) e o jornalista, comportando por isso conseqüências complicadas para a sua fundamentação teórica.

No interior dessa perspectiva podem ser estabelecidas diferentes atitudes quanto à ética no jornalismo. A primeira delas consiste em estabelecer a reação do público como critério sobre a qualidade moral daquilo que o jornalismo pratica. Atitude insustentável em território moral, pois apoiar o juízo ético acerca dos atos do jornalismo na qualidade moral da audiência só seria aceitável se a virtude fosse a coisa mais bem distribuída entre os homens. Coisa de que nos permitimos duvidar. Por isso mesmo jamais passou pela cabeça de qualquer pensador conseqüente das coisas morais a idéia de que o estabelecimento do que é bom e do que é mau devesse depender de uma consulta democrática. Públicos perversos podem ter demandas perversas e interesses perversos e se a qualidade do produto devesse depender de tais demandas não teríamos como escapar de um círculo efetivamente vicioso. Além disso, mesmo em humanos não sistematicamente corrompidos, o mal que habita as nossas almas de vez em quando comparece para fomentar interesses e alimentar desejos que o jornalismo faria bem em não atender. Na história

da humanidade não são raros os momentos em que as audiências querem pão e circo, sangue e tripas, de preferência do inimigo, do adversário ou daqueles que nos inquietam ou assustam. Virtude, nesse caso, seria não satisfazer o interesse da audiência.

Assim, se o serviço ao público-cidadão tinha a forma de um princípio moral claro, o serviço ao público-audiência está longe de poder ser admitido como um princípio de ética do jornalismo. Isso porque na compreensão liberal o «serviço» é um valor moral apenas em função do valor maior daquilo a que ele serve, o «interesse público». Se o «interesse público», o bem estar geral, é valor em si mesmo, o mesmo não pode ser dito do «interesse da audiência» incapaz de produzir evidência moral. O *aggiornamento* semântico do «interesse público» não pode, portanto, ser levado a sério em termos de ética do jornalismo.

A ÉTICA DO JORNALISMO ALÉM DO INTERESSE PÚBLICO

Nos encontramos, a esse ponto da argumentação, diante da seguinte situação: temos que admitir que, para além do discurso de autolegitimação da instituição, a idéia de serviço ao interesse público não é suficiente para fundamentar uma ética do jornalismo. Admitir esse fato, ao contrário do que parece, não significa o fim do mundo nem a impossibilidade de argumentarmos a favor de uma ética nesse campo de atividades.

Os que acreditam demais na idéia de interesse público como fundamento da profissão acabam produzindo, sem querer, uma concepção problemática sobre amplos setores do jornalismo. Como o princípio do serviço ao interesse público lhes parece ser o único valor a justificar o trabalho jornalístico, tudo aquilo que no jornalismo não puder ser confrontado com tal princípio estaria fora do alcance do julgamento moral ou estaria condenado à imoralidade de princípio. No primeiro caso, seria como dizer que a ética do jornalismo não alcançaria, por exemplo, o jornalismo esportivo ou as editorias e

os noticiários sobre a vida íntima das estrelas do *showbizz*. Estaríamos, nessas áreas, numa esfera de amoralidade jornalística. Claro que tais materiais poderiam ser moralmente avaliados, como tudo na sociedade, mas não na perspectiva de uma ética do jornalismo, que só se interessaria por aquilo que pudesse estar em relação com a esfera civil. No segundo caso, seria como decretar, de princípio, que toda prática jornalística sem vínculo com a cidadania seria imoral. Ora, poderíamos até encontrar quem, injustamente, considerasse dignos das penas do inferno todos os tablóides sensacionalistas, por exemplo, mas não quem julgasse da mesma forma revistas sobre cuidados dos cabelos ou sobre como ter jardins em casa, que de forma idêntica não respondem a qualquer interesse político.

O bom senso nos leva a admitir com tranqüilidade que não pode haver um princípio único e absoluto a orientar todo o jornalismo. O que não pode absolutamente comportar a possibilidade de que a instituição, mesmo na enorme variedade de suas formas, não se submeta a princípios de ética do jornalismo. Talvez a grandiloquência do princípio, tão útil do ponto de vista do discurso de autolegitimação e tão complicado na ordem da realidade, tenha produzido no jornalismo a cegueira diante de outros princípios igualmente importantes, só que menores, menos vistosos e cintilantes, mais frágeis e mais simples. O princípio, como vimos, deve continuar valendo para aqueles aspectos do jornalismo voltados para o público-cidadão. Para todo o resto, há de ser possível identificar valores e princípios que orientem de forma adequada o julgamento moral sobre o agir do jornalista e sobre o jornalismo. Admitir a impossibilidade de um macroprincípio, antes de representar a declaração do fim dos tempos pode ser um caminho para a fundamentação da ética do jornalismo em outras bases. E não é evidente que algo mais possa perder com isso, além do discurso clássico de autolegitimação do jornalismo. Problema dele, não da ética.

Uma alternativa à idéia do princípio absoluto deve consistir, em nosso modo de ver, em dois movimentos. No primeiro deles é preciso encontrar valores que sejam coex-

tensivos com um conceito aceitável de jornalismo. O “serviço ao interesse público”, vimos, não pode ser solicitado das formas de jornalismo que não se ocupam com o interesse do cidadão, entendido “cidadão” no seu sentido mais próprio e pregnante, isto é, como «sujeito de direitos relacionados à coisa pública». Por outro lado, seria em princípio aceitável definir o jornalismo como uma atividade voltada para a produção e oferta de notícias, de informação sobre a atualidade, isto é, sobre estados temporalmente determinados do mundo. O jornalismo oferece basicamente *instantâneos* de eventos, fatos, fenômenos socialmente relevantes e circunstâncias. Uma parte apenas desses instantâneos, dessa fotografias, consiste em informações imediatamente importantes para a tomada de posição política e para a orientação política do cidadão. O resto satisfaz todo o tipo de demandas de informação, que vai desde os últimos lançamentos em *home theater* até a última conquista do ator do momento, do novo filme do nosso diretor preferido até as novas tendências na criação de caprinos.

Em todos esses casos, o consumidor de informações estabelece com o jornalismo um contrato de confiança no qual se apoiará com enorme dependência. O jornalismo se apresenta na cena contemporânea como a instituição por excelência num tipo de mediação preciosa entre o indivíduo e o mundo, a mediação representada pelos quadros temporais de informação, dos quais crescentemente se depende para orientar escolhas, basear planejamentos, formar a própria opinião, montar perspectivas, selecionar pessoas, instituições e posições, formar afetos e disposições internas, construir sonhos e esperanças.

Tudo isso confere ao jornalismo aquilo que James Fallows (1997, p. 16) chama de “tremendo potencial de poder”. Positivo e negativo. “O poder negativo de dizer coisas sobre outras pessoas em público, sem que elas tenham realmente a oportunidade de responder à altura” e o “poder positivo de expandir a compreensão da realidade ou de trazer novas partes do mundo para a notícia que escreve, posteriormente impressa”. Tem o poder de fazer conhecer ou ocultar, enganar

ou revelar, fazer preferir, fazer pensar, fazer sentir (cf. Rees, 1995).

Cidadania política, portanto, não é tudo, embora seja muito e seja decisivo. A existência humana no mundo comporta um número extremamente mais amplo de necessidades e interesses, em sua maior parte modo dependente dos repertórios informativos produzidos e disponibilizados pelo jornalismo. Necessidades e interesses de toda sorte, com urgências e alcances variados, alguns com forte inerência coletiva outros perfeita e exclusivamente vinculados à individualidade hedonista e isolada desse século, alguns com componentes de alta sofisticação cultural outros deliciosamente fúteis, alguns importantíssimos para o destino da sociedade ou da comunidade das nações outros apenas humanos, maravilhosamente humanos. Uns interesses com encaixe mediato ou imediato nas questões de cidadania política, enquanto outros não poderiam situar-se a maior distância desse âmbito de coisas, embora nem por isso sejam menos humanos ou menos nobres que aqueles.

Tão grande poder, o do jornalismo, igualmente grandes são as responsabilidades que lhe incumbem. Responsabilidades morais. A ética não pode desaparecer do horizonte do jornalismo simplesmente porque a auto-ilusão do macroprincípio do interesse público deve se dissipar. O pacto da mediação cobra do jornalismo obrigações proporcionais à sua importância. Verdade, honestidade, correção, lealdade, respeito, equilíbrio, justiça, imparcialidade são todos valores e princípios que devem orientar uma ética do jornalismo mesmo lá onde o serviço ao interesse público não fizer sentido nem tiver cabimento.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BUCCI, E. *Sobre ética e imprensa*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

CURRAN, J. "Mass media and Democracy". In: CURRAN, J.; GUREVITCH, M. (eds.) *Mass media and society*. London: Edward Arnold, 1993: 82-117.

DAHL, R. *Sobre a democracia*. Brasília: Editora da UnB, 2001.

FALLOWS, J. *Detonando a notícia. Como a mídia corrói a democracia americana*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1997.

GARNHAM, N. "The media and the public sphere". In: CALHOUN, C. (ed.) *Habermas and the public sphere*. Cambridge, Mas.: MIT Press, 1994: 359-376.

GOMES, W. "Duas premissas para a compreensão da política espetáculo". In: *Revista de Comunicação e Linguagens*, 21-22 (1995): 299-318.

GOMES, W. "Esfera pública política e media: com Habermas, contra Habermas". In: RUBIM, A.; BENTZ, I.; PINTO, M. (ed.) *Produção e recepção dos sentidos midiáticos*. Petrópolis: Vozes, 1998: 155-185.

GOMES, W. "Esfera pública política e media II". In: RUBIM, A.; BENTZ, I.; PINTO, M. (ed.) *Práticas discursivas na cultura contemporânea*. São Leopoldo: Editora da Unisinos, 1999: 203-231.

GOMES, W. "Opinião pública política hoje: uma investigação preliminar". In: FAUSTO NETO et al. (eds.) *Práticas midiáticas e espaço público*. Porto Alegre: Edipucrs, 2000: 61-82.

GOMES, W. "Die Diskursethik und die durch die Massenmedien vermittelte und bearbeitete Kommunikation". In: NIQUET, M.; HERRERO, F. J.; HANKE, M. (eds.) *Diskursethik. Grundlegung und Anwendungen*. Würzburg: Königshausen & Neumann, 2001: 337-360.

HABERMAS, J. *Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HABERMAS, J. "Três modelos normativos de democracia". In: *Lua Nova* (1995): 39-54.

KELLEY, D; DONWAY, R. "Liberalism and free speech". In: LICHTENBERG, J. (ed.) *Democracy and the mass media*. Cambridge: Cambridge University Press, 1990: 66-101.

LICHTENBERG, J. "Foundations and limits of freedom of the press". In: ID. (ed.) *Democracy and the mass media*. Cambridge: Cambridge University Press, 1990: 102-135.

MARCONDES FILHO, C. *A saga dos cães perdidos*. São Paulo: Hacker, 2000.

MCQUAIL, D. "Mass media and the public interest: towards a framework of norms for media performance". In: CURRAN, J.; GUREVITCH, M. (eds.) *Mass media and society*. London: Edward Arnold, 1993: 68-81.

MÜLLER, F. *Quem é o povo? A questão fundamental da democracia*. São Paulo: Max Limonad, 1998.

REES, L. *Vende-se política*. Rio de Janeiro: Revan, 1995.

SOUZA, J. (ed.) *Democracia hoje. Novos desafios para a teoria democrática contemporânea*. Brasília: Editora da UnB, 2001.

A DEMOCRACIA, OS «MEDIA» E A «CENSURA OCULTA»

José Manuel Paquete de Oliveira*

« A censura é mais eficaz quando não precisa ser dita »
SERGE HALIMI, 1998, 13

Nestes últimos tempos, andei a (re)ler o *Essai sur les Libertés* de Raymond Aron (1965), livro reeditado em 1998. Este ensaio de Aron retoma uma análise de duas históricas obras de dois consagrados autores: *A Democracia na América* de Alexis Tocqueville e *O Capital* de Karl Marx. Por este ensaio podemos verificar que democracia para Tocqueville tem sobretudo uma definição social. Ou seja, para este autor clássico, a democracia é mais, um estádio social, «um estado da sociedade», como diz, do que «um tipo de regime político». Para Tocqueville liberdade de imprensa e democracia são indissociáveis. Para ele, jamais a política deveria subordinar-se à economia. Ora, aquilo a que assistimos hoje é a subordinação quase total da política à economia. Estão por todos os lados os FMI's ou o Banco Central europeu para comandar a política e subordinar os políticos à economia.

Parecendo fora do tempo da Modernidade, talvez não fique descontextualizado a controvérsia entre Tocqueville e Marx sobre a dicotomia das «liberdades formais» e «liberdades reais» que garantem a democracia. Como diz Philippe Raynaud (1998,4), no prefácio da obra citada, ao contrário do que se possa pensar, «estas questões ainda são nossas». Dos nossos dias. Do nosso tempo.

Efectivamente, parece ser correcto afirmar, que as mais consolidadas democracias avançam nas condições políticas de garantias à(s) liberdade(s), (formais), mas regridem nas condições sociais. As assimetrias económicas e culturais

* Sociólogo. Professor do ISCTE, Lisboa, Portugal. Presidente da LUSO-COM – Federação Lusófona de Ciências da Comunicação, e da SOPCOM – Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação.

cada vez mais agravadas entre as diferentes camadas sociais não fornecem condições materiais (reais) para o usufruto da(s) liberdade(s) constitucionalmente prometidas. A garantia da(s) liberdade(s) não é mais a Constituição das nações - politicamente sempre mais avançadas -, mas a situação económica-financeira da população de um país.

Por isso, recordando uma sábia distinção proposta por Umberto Eco, entre o *intelectual work* e o *intelectual role* talvez não seja despendendo, num período de declínio das democracias das liberdades, afrontar questões que minam as estruturas sociais e políticas das nossas democracias. (Eco, 1996, 46).

O objectivo primário desta comunicação, que será depois divulgada em artigo de modo mais completo, é apresentar uma proposta concreta de análise sobre a «censura oculta» exercida através de várias formas e processos, em países democráticos, numa procura incessante ao aprofundamento da democracia. Tem, portanto, um propósito de trabalho de pesquisa - «*intelectual work*» -, mas também uma finalidade política de exercício de cidadania responsável - «*intelectual role*».

Para além do quadro teórico que assumo para sustentar a tese da existência de formas de «censura oculta», referirei modelos de análise para operacionalizar a pesquisa neste vasto campo dos «media». Darei conta de alguns resultados ou dados relevados aquando da pesquisa que fiz sobre o caso português no período compreendido entre 1974 e 1987. Mas só sumariamente, pois, não só esses dados carecem de actualidade, como pouco podem interessar ao auditório presente nesta sala. Preocupar-me-ei, sobretudo, em deixar pistas para suscitar pesquisas que considero de importância decisiva para o aprofundamento da Democracia. Provavelmente, a democracia, como a imaginámos, já não existe, como muito bem observa Pedro Magalhães, autor de estudos explicativos do porquê do absentismo eleitoral (Magalhães, 2002).

Deixarei outras pistas e outros tantos casos exemplificados a partir de uma pesquisa que sobre o mesmo tema estou retomando e que me parece da maior actualidade em

países que ditos democráticos, as suas democracias vivem em profunda crise financeira e económica, mas, sobretudo, social e política.

A censura à imprensa, aos «media» que, aqui, venho tratar, não é aquela que durante longos anos «amordaçou» os nossos países, imposta por regimes duros, totalitários ou fascistas. A censura sobre a qual, agora, dou atenção é aquela que sobrevive nos regimes democráticos, embora de modo invisível, não formal, não oficial. É aquela que denomino «censura oculta». É aquela que resulta da análise que venho fazendo aos mecanismos de controlo exercidos sobre os «media» em países de vivência democrática. Como escreve Adriano D. Rodrigues, «pela sua subtileza e complexidade, a censura nos países democráticos é certamente mais difícil de apreciar e desmontar». «A censura nos regimes democráticos é também mais insidiosa e eficaz, os seus processos são muito mais variados e os seus recursos praticamente ilimitados, graças à natureza abstracta dos seus mecanismos» (Rodrigues, 1985, 11).

O CONCEITO DE CENSURA OCULTA

O conceito que utilizo de «censura oculta» é inspirado em três autores: George Gerbner (1961 e 1971), T. Luckmann (1967) e Norberto Bobbio (1985).

Habitualmente os investigadores dão maior atenção à dimensão revelada dos fenómenos e das coisas – **a dimensão objectiva** – do que à dimensão não revelada, escondida, - **a dimensão oculta**. Esquecem que o ordenamento dos acontecimentos e da história e o exercício dos diversos níveis do controlo social, na maior parte dos casos, são desencadeados através de formas indirectas e não institucionalizadas. São normalmente estas que actuam como importante mecanismo na legitimação da ordem estabelecida e nas elementares formas sociais de produzir as concepções do mundo e da vida. (Luckmann, 1967, 25).

Luckmann é mais conhecido pela sua obra, escrita em parceria com Berger, *A construção social da realidade*, - um

contributo sociológico muito importante para analisarmos os «media» como produtores e reprodutores da realidade (Berger e Luckmann, 1965). Mas nesse seu livro *A religião invisível* (1967), Luckmann levou-me a estar atento às forças escondidas, às forças do «invisível», ao lado oculto dos fenómenos sociais. E a análise das instâncias produtoras de mediação, das formas e dos mecanismos do seu funcionamento nas sociedades democráticas exige uma observação atenta ao conjunto de relações entre «media», técnica, sociedade e poder.

Por sua vez, o politólogo Norberto Bobbio, ao produzir uma crítica contundente sobre o exercício do Poder, dos poderes, nas sociedades democráticas, releva um conjunto de formas de «poder invisível» que se desenvolvem paralelamente às formas do «poder visível», aquilo a que ele chama as formas do *criptogoverno*, tais como os serviços secretos de informação, os poderes ocultos e subterrâneos, as corporações, as «sociedades secretas», os lobies (Bobbio, 1980). São estas formas de mecanismos sociais ocultos que, segundo ele, mais concorrem para a degradação e decomposição dos sistemas políticos democráticos, pois a democracia só pode atingir um maior desenvolvimento na prática de formas de «poder visível». Aliás, Pierre Rosavallon, indicava igualmente a crescente falta de «visibilidade social» como um dos decisivos factores para a «crise do Estado» (Rosavallon, 1985, 97).

Uma sociedade democrática, mediática, apoia-se na existência de um vasto e complexo «aparelho» comunicacional que engloba o sufrágio eleitoral, a liberdade de expressão e opinião e o desenvolvimento de poderosos «media» que possam institucionalizar no espaço público o vínculo social entre governantes e governados. Mas na complexa realidade social as formas de comunicação não estão isentas aos efeitos dos mecanismos actuantes dum sempre crescente controlo social e duma estratégia de dissuasão de desinteresse da opinião pública por temas e problemas de controvérsia política.

NÍVEIS DE CONTROLO EM «CENSURA OCULTA»

O conceito de «censura oculta» sobre o qual venho trabalhando é decididamente criado a partir de George Gerbner e extraído de um texto em que este autor analisa o sistema de mensagens produzidas pela produção industrial de comunicações de massa e a sua distribuição institucional face ao exercício do Poder e dos vários poderes difusos nas actuais sociedades complexas (Gerbner, 1961, 313-322 e 1971, 116-127).

Gerbner estabelece uma série de eixos de poder que interferem na produção das mensagens e enuncia um conjunto de factores que podem incidir naquilo a que ele chama a **substância** das informações produzidas. A partir desta noção, Gerbner adverte que sobre as mensagens informativas podem ser exercidos diferentes tipos de «**sanções**», a saber:

sanções substantivas - aquelas que interferem sobre o próprio conteúdo da mensagem, tais como a ordem para cortar um texto, uma frase, uma declaração, uma opinião, uma cena, uma crítica;

sanções processuais - agem sobre o processo criativo e produtivo das mensagens tais como a distribuição de serviço (a direcção escolhe este e não aquele jornalista a quem confia o fabrico da «peça» ou da reportagem), ou as diferentes «distorções» voluntárias ou involuntárias que ocorrem na produção intelectual e formal das mensagens;

sanções administrativas e logísticas - como sejam os critérios de admissão das directorias ou diferentes chefias, condicionamentos nos aspectos organizacionais ou restrições em equipamento ou na concessão ou utilização dos diversos meios e matérias primas que entram na produção instrumental das informações.

No seu esquema para procurar o núcleo de pressões e inibições operantes sobre o processo de produção e distribuição de mensagens e na recepção destas por parte do(s) público(s) ou das audiências, G. Gerbner propõe a análise a uma rede complexa de nove níveis de controlo, interligados com os eixos de

poder que influenciam as decisões de proveniência **endógena** ou **interna** e **exógena** ou **externa** nos «media», a saber:

Factores a nível interno:

- Matriz organizacional da empresa
- Hierarquia de administradores e chefias
- Cultura da empresa (graus de competição e competência das equipas e profissionais)
- Clientes

Factores a nível externo:

- Autoridades
- Grupos de interesses e de influência
- Concorrentes externos
- «Experts» ou «intelectuais» colaboradores
- Público(s) ou Audiência(s) em geral.

AS OUTRAS CENSURAS

Como se pode observar, a censura de que estou a propor pesquisar não tem directamente a ver com a dita **censura oficial**, aquela que provém de imposições da autoridade política, militar, administrativa, policial, religiosa, e outras. Essa **censura oficial** funciona, regra geral, sob duas formas: ou é aplicada de modo prévio, **censura preventiva**, ou é aplicada *a posteriori*, com a confiscação dos suportes das mensagens ou aplicação de penalizações ou coimas aos autores ou seus responsáveis administrativos, a dita **censura repressiva**. A censura que nesta proposta de estudo e investigação é objecto de análise é aquela que resulta, de modo indirecto e não explícito, de todo o complexo funcionamento do controlo social exercido pelo Poder ou pelos diversos poderes - (Luhmann e a sua noção de poder difuso em *Poder e Sociedade Complexa*) -, é aquela que é resultante dos processos de interacção dos diferentes grupos sociais tornados «**grupos censurantes**» na teia das relações

sociais, na rede das relações comunicacionais e informativas. É aquela que, no resultado de imensos ou combinados factores e especiais ou específicas situações, afecta ou condiciona o sistema de produção – **sistema produtivo** – de mensagens e informação, o seu modo de construção ou apresentação – **sistema semântico** – ou os seus processos e formas de recepção, consumo ou reconhecimento – o **sistema denotativo-conotativo**. Este tipo de censura age como a ave rapina pela calada da noite, aproveitando o «silêncio» da forte algazarra produzida pelos «media». É aquela que funciona mesmo nos países democráticos, com garantida liberdade de opinião e expressão constitucional, ainda que esta, como é óbvio, possa também funcionar, cumulativa e reforçadamente, nos países em que a censura oficial está estabelecida. Não esqueçamos a advertência do insuspeitável professor da Universidade de Michigan, Keneth Bouldin, datada desde 1956, que dizia: «*Pode-se perfeitamente conceber um mundo dominado por uma ditadura invisível na qual, todavia, são mantidas as aparências as formas exteriores de um governo democrático*» (Bouldin, in Vance Packard, *I Persuasori occulti*, Torino, Einaudi, 1958, 56). Ou então, essas palavras, porventura mais fortes, de Guy Debord, quando no seu livro *A Sociedade do Espectáculo* nos diz: «*Num mundo realmente às avessas, o verdadeiro é o momento do falso*».

Em boa verdade, a liberdade total nunca existe. Isso seria admitir um estado de pureza nos processos sociais que, realmente, não existe. Advogar ou sonhar esse estado não passaria de uma utopia, deveras refrescante, mas utopia. Não vamos por isso ao ponto de afirmar como Raymond Williams que «numa democracia, não pode haver discussão sobre isto: ou os «media são livres, ou a democracia não existe» (Williams, 1978, 123-133). Mais comedidamente ele próprio reconsidera que entre o «processo de forma» e o «processo real» há sempre desvios.

Não deixa de ser interessante, e talvez de operacionalidade muito útil para a investigação, esta escala de graduação, estabelecida pelo Instituto de Jornalismo da Universidade

de Missouri, Columbia, PICA (*Press Independence and Critical ability*) para classificar nos diferentes países democráticos o grau de liberdade e a capacidade crítica dos «media»:

Imprensa livre em alto grau - **com total liberdade**
Imprensa livre em médio grau - **com algumas restrições**
Imprensa livre embaixo grau - **com muitas restrições**

Imprensa controlada em baixo grau - **com alguns condicionamentos**

Imprensa controlada em médio grau - **com muitos condicionamentos**

Imprensa controlada em alto grau - **com total controlo.**

(Cf. Jacques Ferrier, 1973, 167).

PROPOSTA PARA UM MODELO DE ANÁLISE

No esquema de análise que propomos para pesquisar a **censura oculta** entendemos que esta pode ser exercida, cumulativa ou parcelarmente, pelo menos a cinco níveis:

1) ao nível do controlo do sistema organizativo-produtivo das mensagens;

2) ao nível do sistema produtivo-semântico das mensagens; (**conteúdo**)

3) ao nível dos meios ou canais difusores das mensagens;

4) ao nível dos produtores directos (jornalistas) e indirectos (colaboradores) das mensagens;

5) ao nível do circuito denotativo-conotativo (**recepção**).

Convém notar que o conceito por nós utilizado de «censura oculta» engloba, de alguma maneira, o tradicional conceito de **auto-censura** comumente falado nas redacções e entre os jornalistas e opinionistas mas não se deve confundir com aquele. A **auto-censura** é uma forma de censura interiorizada a partir de vários constrangimentos de natureza psicológica, intelectual, mental, moral, religiosa, social, politico-ideológica. O problema da auto-censura

identifica-se com factores de natureza profissional que levam o jornalista a exercer censura sobre si próprio, abstenendo-se de tratar determinados argumentos ou assuntos, ou pelo menos tratá-los desta e não daquela maneira, mutilando ou diferindo a informação ou opinião por ele produzida. Como tal pode ser um capítulo da «censura oculta», mas não é, nem esgota, a «censura oculta». A «censura oculta» que propomos chamar a atenção dos investigadores como objecto de pesquisa em sociedades democráticas é aquela que Emmanuel Derieux dizia ser fisicamente menos aparente e sensível, mas não menos nefasta e perigosa, pois acontece «escondida de modo imperceptível em formas clandestinas, paralelas, oficiosas, ocultas, hipócritas e dissimuladas». (Derieux, in Cazeneuve, s/d, 49). As novas tecnologias de informação e comunicação introduziram uma enorme eficácia nos modos de produção e transmissão das mensagens. Mas, por outro lado, também contribuíram, e de maneira e com tal subtilidade expressa e subliminar, para intervir e interferir nos modos de produção do processo informativo. Impõe-se, portanto, ao investigador individuar os mecanismos e formas através dos quais opera a «censura oculta» em sociedades democráticas.

O campo dos «media» constitui um campo ilimitado, e sempre actual, de pesquisa social. Escolher a «censura oculta» como objecto empírico de investigação, talvez recomende lembrar a advertência do clássico Max Weber: é absurda a pretensão de querer fazer emergir significados ordenados de uma pura observação empírica dos factos; antes deveremos conjecturar que a constatação de dados com algum significado pressupõe estarmos diante de qualquer coisa que vale a pena tornar-se objecto de pesquisa (Weber, citado in Glusmann, 1962, 124).

Adoptando a teorização aqui expressa e utilizando metodologias consideradas adequadas para operacionalizar uma pesquisa sobre as formas de «censura oculta» e os mecanismos actuantes para efectivar essa censura, na imprensa escrita, na democracia portuguesa, após a revolução de Abril de 1974, entre esta data e 1987, procedi

à análise dos diferentes níveis atrás enunciados. Apliquei entrevistas semi-directivas e de profundidade a jornalistas profissionais fazendo «análise de conteúdo» formal, quantitativa e qualitativa, e principalmente consegui desenvolver por períodos continuados e longos «observação participante» em jornais portugueses «de referência» (Paquete Oliveira, 1988).

A «CENSURA OCULTA» SOB INVESTIGAÇÃO

O CASO PORTUGUÊS

Passarei a referir algumas das verificações constatadas na minha análise, conforme já anteriormente disse, datadas entre 1974 e 1987. Em cada item de apreciação acrescentarei algumas considerações de maior actualidade, documentadas com as reflexões suscitadas pelo trabalho de investigação mais actual e referenciando especialmente em autores portugueses.

O QUADRO LEGALÍSTICO-FORMAL DA ACTIVIDADE DO SISTEMA MEDIÁTICO

Em primeiro lugar, inventariei o quadro jurídico-legal que rege a actividade da comunicação social em Portugal, identificando direitos e reservas à liberdade de imprensa e de empresa de imprensa. Num quadro que marcava o rebentamento da férrea «censura prévia» imposta pelo regime salazarista, após a fase da libertação do fascismo, seguiu-se um período de longa gestação de um novo quadro jurídico-legislativo com a publicação da Lei da Imprensa, Lei da Rádio, Lei da Televisão e outros diplomas legislativos que vieram estabelecer requisitos para o funcionamento do sector privado, em especial ao nível do audio-visual. (Cf.: Secretaria de Estado da Comunicação Social, *Legislação da Comunicação Social*, Lisboa, Imprensa Nacional da Casa da Moeda, 1999).

A nacionalização da Banca que se seguiu ao 25 de Abril

de 1974 trouxe por arrasto a «estatização» de alguns dos principais jornais portugueses, vivendo-se então um sistema organizativo-empresarial dual, ou seja de «imprensa do Estado» e «imprensa privada». A propriedade da imprensa em conflitualidade com a «propriedade» da informação produzida gerou algumas situações de propensão para o desenvolvimento de casos nítidos de «censura oculta», alguns até a roçar laivos de formas de censura formal (Caso da *República*, caso do «*Diário de Notícias*»). Nalguns casos, em especial durante o chamado PREC- (Período Revolucionário Em Curso) a conflitualidade no interior das redacções não era apenas entre a administração e a direcção ou chefias, mas entre estes e os próprios trabalhadores gráficos.

OS PROCESSOS DAS «SANÇÕES LOGÍSTICAS»

A situação, porém, mais identificadora com o terreno propício à ocasionalidade de exercício de formas de «censura oculta», era a sua «dimensão logística», proveniente do sistema organizativo-empresarial anacrónico e não adequado ao novo contexto de um mercado livre e competitivo. Analisadas as contas de exploração no período de estudo referido (1974-1987) verifiquei que a situação económico-financeira da grande maioria da imprensa escrita portuguesa era de falência técnica. Ora como refere Gerbner (Gerbner, 1971, 93), os procedimentos desencadeados por uma «censura logística» podem constituir o método mais refinado de levar a efeito uma «censura oculta». Tudo pode ser justificado pela falta de meios humanos, técnicos e materiais. É a justificação do não caber na página, de ter perdido actualidade, de não ser possível garantir uma cobertura ao acontecimento, etc.

Por outro lado, uma situação económico-financeira é sempre invocada para o baixo salário médio pago aos jornalistas e entre estes pesa a ameaça de despedimento, o que só por si não é condição de ser sujeito fácil a sucumbir a mecanismos de «censura oculta», mas abre, sem dúvida, condições propícias a uma maior permeabilidade. O uso excessivo (o abuso) de «estagiários», a baixo salário ou a custo zero por

períodos sucessivamente prolongados é outra condição de maior favorabilidade aos mecanismos actuantes da «censura oculta». O sector empresarial dos «media» em Portugal, depois do período imediato ao 25 de Abril, passada a fase da euforia da «grande libertação» em que surgiram imensos novos títulos de jornais e, mais tarde, o «boom» das rádios livres ou «piratas», contabilizadas em mais de sete centenas, atravessou uma grande crise económico-financeira. «Morrem» muitos títulos, alguns jornais centenários e de referência, como *O Século*, *Diário Popular*, *República*, *Diário de Lisboa* (Paquete Oliveira, 1988, 235 e ss.)

A situação hoje é diferente sobre determinados aspectos, mas em relação à crise económica-financeira é semelhante. Com a entrada de Portugal para a Comunidade Europeia (1986), que espoletou um período de desenvolvimento económico e social, com a (des)regulamentação do mercado da «indústria dos media» e em especial com o aparecimento de novos projectos editoriais, tais como *Correio da Manhã*, *Público* (1990), e com o surgimento dos canais de TV privados SIC e TVI (1992), os «media» viveram um período de modernização nas estruturas organizacionais e tecnologia de produção, na qualidade do produto informativo, na requalificação dos seus profissionais, na catalização de um maior aproveitamento dos «fazedores de opinião», na prática de novos modelos de interacção com o(s) público(s), na adopção de estratégias comerciais agressivas, em concomitância com o maior crescimento de sempre no investimento publicitário (Paquete de Oliveira, 2002, 64).

Mas hoje, em 2002, a situação é novamente de crise e de enorme recessão. Em todo o mundo a interdependência dos «media» do poder financeiro e económico é um facto incontornável. São detentores das empresas de informação grandes empresas de industrialização e comercialização da «indústria do entretenimento», normalmente associadas às empresas de telecomunicações ou de exploração das novas tecnologias. Se, por um lado, estes «novos donos» da *mercadorização da notícia* trouxeram um novo vigor ao projecto comercial e industrial do sector,

é certo que introduziram também novos modelos e novas estratégias à produção e difusão da informação. Criaram alguns mecanismos mais refinados ao exercício da «censura oculta». Os jornalistas hoje são cada vez menos uma «nobre profissão liberal», e cada vez mais «funcionários» do Grupo ou da multinacional, desempenhando o seu ofício, «confrontados entre duas lógicas supremas, a informativa e comercial» (Correia, 2000, 68).

De modo algum entendo a publicidade como o «lobo mau» da história do capuchino vermelho. Antes entendo a Pub como um dos subsistemas de informação e comunicação mais aperfeiçoado técnica e semanticamente, com uma retórica altamente eficaz e eficiente. Todavia, num mercado concorrencial, mas curto, os «efeitos perversos» provocados pela «guerra das audiências», a preceito da busca incessante de «shares» são evidentes. Se o «produto» não «vende» o fecho é uma ameaça, paira o pânico do desemprego que contribui para as concessões deontológicas e éticas, cometidas por «censura oculta» em nome da sobrevivência.

A «CENSURA OCULTA» NO PROCESSO PRODUTIVO DAS MENSAGENS

O «match point» desta análise empreendida pode estar representado nos resultados complexivos a que cheguei após a realização de sessenta e sete (67) entrevistas semi-directivas a jornalistas e outros produtores directos na fabricação de jornais de diferentes «estatuto editorial» e orientação político-ideológica: 46 % destes reconheciam terem já sido objecto-sujeito de «censura oculta», identificando diferentes formas e processos; cerca de 30 % admitiam, os restantes negavam ou não tinham consciência disso.

Estamos no centro do terreno preferido de actuação dos mecanismos operantes da «censura oculta». Interrogados directamente sobre este assunto os jornalistas respondem negativamente. Sujeitos a uma conferenciação de respostas a questões colocadas para operacionalizar a

pesquisa, acabam por aceitar ser objecto-sujeitos de algumas formas de «censura oculta», normalmente pedindo ou exigindo a mais alta confidencialidade.

Óscar Mascarenhas, presidente do Conselho Deontológico do Sindicato dos Jornalistas portugueses, publicou recentemente um estudo em que demonstra o conluio entre forças empresariais e formações corporativas, durante a Guerra do Golfo, para difundir imagens de arquivo como se fossem actuais, onde se viam aves marinhas afogadas em crude, com o intento de provocar a reprovação das opiniões públicas ocidentais contra o Iraque. Nesse mesmo livro, *O poder corporativo contra a Informação*, Mascarenhas aprofunda o caso de como um conjunto de profissionais conseguiu silenciar toda a acção de um deputado português no Parlamento, Medeiros Ferreira, por este ter criticado os jornalistas num discurso (Mascarenhas, 2001).

Por sua vez, Estrela Serrano, durante largo tempo assessora do ex-presidente da República, Mário Soares, publicou um outro estudo (tese de Mestrado, 2002), onde demonstrava a manipulação subliminar - as palavras são minhas - conseguidas pelo hábil político junto dos jornalistas com quem contactava muito estreitamente durante as denominadas «Presidências Abertas».

Nelson Traquina, professor da Universidade Nova de Lisboa, no seu mais recente livro, em que analisa várias facetas da prática do jornalismo actual, interroga: « Mas, afinal, o jornalismo será um quarto poder, um contra-poder ou o quarto do poder ? ! » (Traquina, 2002)

Sobre este aspecto, Serge Halimi faz uma acusação dura aos jornalistas: «A comunicação social proclama-se «contra-poder», mas a imprensa escrita e audiovisual é dominada por um jornalismo de reverência, por grupos industriais e financeiros, por um pensamento de mercado, por rede de conviências...» (Halimi, 1998, 3).

Um capítulo não menos conclusivo para detectar mecanismos de «censura oculta» é a análise à tematização e «figurativização» (Cf. Imbert, 1986, 46 e ss.), ou seja aos temas-produtos da «agenda dos media» e aqueles sujei-

tos a quem esse «media» dá preferencialmente voz. Não poderemos esquecer o que diz Mauro Wolf: « O produto informativo é o resultado de uma série de negociações, pragmaticamente orientadas que têm por objecto, *o que é publicado*, e o modo como é publicado no jornal ou transmitido no telejornal», onde para além de muitos factores interferem as regras jornalísticas e gráficas, as normas do «livro de estilo», a ordenação ou localização das notícias. (Wolf, 1987, 17).

Todos nós sabemos a complexidade que preside ao processo produtivo das mensagens informativas. Desde a escolha ou selecção das fontes, aos esquemas de filtragem no agendamento dos valores-notícias sobre os acontecimentos, ao seu fabrico semântico ou à sua catalogação topológica, entram em jogo uma série de procedimentos que fazem da notícia um «objecto sociológico» de enorme vastidão analítica. A noticiabilidade resulta de um conjunto de operações encimadas por critérios objectivos, mas também subjectivos. Os jornalistas normalmente são refractários a reconhecer a incidência dos subjectivos e os desvios por «distorsão involuntária» ou até voluntária. A verdade porém é que abundam os estudos neste domínio, quer nas ciências da comunicação, quer nas ciências sociais (Tuchmann, 1978 e 1991; Schudson, 1978; Gans, 1980; Daniel Shaw e J. McCombs, 1993; Mesquita, 1998; Traquina e altri, 1991).

Sobre a tematização, uma muito recente investigação realizada em Portugal, por Nuno Brandão, sobre seis meses do «alinhamento»/ordenação das notícias apresentadas nos telejornais dos três canais generalistas (RTP, SIC e TVI) comprova que a ordenação da notícia-valor preferencialmente escolhida é a de crónica negra (crime, delinquência, atentado, acidente), seguida da notícia sobre desporto, (particularmente futebol) e só depois vem a política, o social, o cultural. (Brandão, 2002). Aliás, um anterior estudo de Felisbela Lopes, investigadora da Universidade do Minho, a propósito dos noticiários produzidos pela televisão dita de «serviço público» tirava conclusões expressivas quanto à lógica de ordenação dos valores-notí-

cia. (Lopes, 1999). Ainda de um outro autor português, Jorge Pedro de Sousa, é importante para a contextualização desta temática sobre a produção das notícias, a sua forma, ordenação e os efeitos provocados, a sua obra *As notícias e os seus efeitos* (Sousa, 2000).

Na análise, a quem os «media» davam preferencialmente voz, face ao inverso de hoje em que, sobretudo, nos «media audiovisuais são os emergentes do anonimato que têm voz, eram os ditos «notáveis» que tinham expressão de opinião, sempre mais relevante, numa hierarquização assim ordenada políticos, «intelectuais», jornalistas.

Um trabalho muito documentado e deveras comprovativo desta problematização é a recente tese de doutoramento de Cristina Ponte sobre *Quando as crianças são notícia*, no qual se pode observar, de forma exaustivamente quantitativa e significativa como os «media» conduzem a figurativização a seu belo prazer, pois, os «media» escritos falam de e sobre crianças, mas não dão voz às crianças (Ponte, 2002).

Os media, sobretudo os audiovisuais, servem-se dos *experts* muitas das vezes para dar legitimação à orientação da «agendamento» por eles organizado, ou pela sua representatividade num outro por eles fabricado «star system». São as novas «vedetas» do opinionismo, integradas na estratégia da «mercadorização dos media»

Como refere Manuel Carlos Chaparro, no seu livro *Linguagens dos conflitos* - um documentado estudo entre as práticas mediáticas em Portugal e Brasil - «a realidade que os jornais nos apresentam é a de um mundo de vozes institucionalizadas...são sujeitos discursivos, agindo de uma forma estratégica» (Chaparro, 2001).

A este respeito é elucidativo anotar a denúncia que Franco Crespi faz a propósito daquilo que é proclamado, de modo ufanante, pelos «media» como um «ex-libris» da sua pluralidade de opinião, a voz dada às minorias, na mais das vezes, apresentada num contexto que «pela força diminuta de discurso se torna num discurso de influência sem poder» (Crespi, 1999, 6).

PÚBLICO(S) E AUDIÊNCIAS NO PROCESSO DA «CENSURA OCULTA»

Num teste, de fraca amostragem é certo, distribuído a sessenta leitores, obtive resultados de leitura completamente diversos. Terei de reconhecer que, por diferentes razões, esta é a dimensão ou nível de análise que menos aprofundei. Todavia, é aquela que numa pesquisa sobre os mecanismos operantes na «censura oculta» nos deverá merecer no futuro maior atenção.

Num país como Portugal, onde os índices de leitura de jornais são baixíssimos (47 cópias de jornal sobre cada 1000 habitantes: dados ONU, 1997) e os estudos sobre a iliteracia falam em valores de 60% na população em geral, é óbvio que numa difusão de informação cada vez mais produzida sob estratégias em que a «notícia» é concebida como um outro «bem consumível» e o leitor, ouvinte ou telespectador, como um consumidor e não tanto um cidadão, os mecanismos actuantes dos processos de «censura oculta» tornam-se brilhantemente imperceptíveis.

Mas é preciso estar atento e não deixar que a informação deixe de produzir comunicação entre os cidadãos. O apelo que deixo aos companheiros de trabalho em estudo e investigação é que aliem ao trabalho o papel do investigador: descobrir para melhorar o modo do viver social numa sociedade de tantas contradições e de tão grandes assimetrias sociais, económicas, culturais e comunicacionais.

Estamos a ser levados para um culto da superficialidade e da imediaticidade pela forma como os «media» nos tentam dar notícia, contar estórias, sobre os fenómenos mais complicados da sociedade actual. Actuamos num campo - o campo da mediologia - completamente armadilhado. Ajudar a revelar o «oculto» é trabalhar para conseguir que a luz do conhecimento sobre as pessoas e as coisas aprofunde uma cidadania em maior comunicação entre todos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARON, Raymond, (1998, 3ª), *Essai sur les libertés*, Paris, Hachette.
- BERGER, P e LUCKMANN, T., (1969), *La realtà come costruzione sociale*, Bologna, Il Mulino.
- BOBBIO, Norberto, (1980), «La democrazia et il potere invisibile», in *Revista Italiana de Scienza Politica*, Bologna, nº2.
- BRANDÃO, Nuno Goulart, (2002), *O espectáculo das notícias*, Lisboa, Editorial Notícias.
- CAZENEUVE, Jean (s/d), *Guia Alfabético das Comunicações de massa*, Lisboa, Lexis, Edições 70.
- CHAPARRO, Manuel Carlos, (2001), *Linguagem dos conflitos*, Coimbra, Minerva.
- CORREIA, Fernando, (2000), *Jornalismo e Sociedade*, Lisboa, Ed.Avante.
- CRESPI, Franco, e FAINA, A.M., (1999), *Influenza senza Potere*, Torino, ERI/RAI
- ECO, Umberto, (1996), *Entrevista a Lucrecia Escudero*, Telos, nº46, Jun-Agosto.
- FERRIER, Jacques, (1973), *La stampa quotidiana nel mondo*, Milano, Pan Editrice.
- GANS, Herbert, (1980), *Deciding What's News*, New York, Vintage Books.
- GERBNER, George, (1961), «Press perspectives in World Communication: a pilot study», in *Journalism Quarterly*, 38, (3), 313-322.
- GERBNER, G., (1971), «Pouvoir institutionalisé et systèmes de messages», in *Communications*, 15, 116-127.
- GLUCKSMANN, André, (1962), «La métacensure», in *Communications*, nº4, 75-83.
- HALAMI, Serge, (1998), *Os novos cães de guarda*, Oeiras, Celta.
- IMBERT, Gerard, (1987), «No Man's Land : Los mass media como tierra de nadie», in *Telos*, nº 8, 68-75.
- LUCKMANN, T., (1967), *La religione invisibile*, Bologna, Il Mulino.
- MAGALHÃES, Pedro e FREIRE, André, (2002), *A abs-*

tenção eleitoral em Portugal, Lisboa, ICS.

MASCARENHAS, Óscar, (2001), *O Poder corporativo contra a Informação*, Coimbra, Minerva.

MESQUITA, Mário, (1995), «Tendências da comunicação política», in *Comunicação & Política*, Lisboa, Cosmos, 383-402.

OLIVEIRA, J.M. Paquete, (1988), *Formas de «censura oculta» na Imprensa escrita em Portugal no pós 25 de Abril (1974-1987)*, dissertação para tese de doutoramento, Lisboa, ISCTE (policopiado).

OLIVEIRA, J.M. Paquete, (1995), «A comunicação social verso e reverso do país real e imaginário» in FERREIRA, Eduardo Sousa e RATO, Helena, (1995), *Portugal Hoje*, Lisboa, INA, 369-389.

OLIVEIRA, J.M. Paquete, (2002), «Também no reino da liberdade de opinião, nem tudo o que luz é oiro», in *Media, Jornalismo e Democracia*, Lisboa, CIMJ, Livros Horizonte.

PACKARD, Vance, (1958), *I persuasori occulti*, Torino, Einaudi.

PONTE, Cristina, (2002), *Quando as crianças são notícia*, tese de doutoramento, Lisboa, Universidade Nova de Lisboa, (policopiado).

RODRIGUES, Adriano Duarte, (1985), «Figura das máquinas censurantes modernas», in *Comunicação & Linguagens*, nº 1, 9-20.

ROSAVALLON, Pierre, (1985), *A crise do Estado Providência*, Lisboa, Ed. Inquérito.

SCHUDSON, M, (1996), *The Power of News* (2ª ed.), Cambridge, Ma: Harvard University Press.

SECS, (1999), *Legislação da Comunicação Social*, Lisboa, Imprensa Nacional da Casa da Moeda.

SERRANO, Estrela, (2002), *Os jornalistas e as Presidências abertas de Mário Soares*, Tese de Mestrado na Universidade Nova de Lisboa, (policopiado).

SHAW, Donald L. e MCCOMBS, J., (1993), «The evolution of agenda-setting research : twenty five years in the Marketplace of ideas», in *Journal of Communication*, vol. 43, nº 2

SOUSA, Jorge Pedro (2000), *As notícias e os seus efeitos*, Coimbra, Minerva.

TUCHMAN, Gaye, (1978), *Making News*, New York, The Free Press.

TRAQUINA, Nelson, Org. (2000) *O Poder do Jornalismo. Teoria do Agendamento*, Coimbra, Minerva.

TRAQUINA, Nelson, CABRERA, M, PONTE, C., SANTOS, R, (2001), *O Jornalismo Português em análise de casos*, Lisboa, Caminho.

TRAQUINA, Nelson, (2002), *Jornalismo*, Lisboa, Quimera.

Van DIJK, T.A., Ed. (1997), *Discourse as structure and process*, London, Thousand Oaks, Sage.

WILLIAMS, Raymond, (1975), *Los medios de Comunicación Social*, (3ª ed.), Madrid, Ed. Peninsula.

WOLF, Mauro, (1987) *Teorias da Comunicação*, Lisboa, Presença.

O PANTANAL QUE A MÍDIA NÃO MOSTRA

Eron Brum*

A FRAGILIDADE DAS RELAÇÕES SOCIEDADE-NATUREZA

O Pantanal – maior área alagável do Planeta – é uma região que apresenta destaque nacional devido à sua localização geográfica e à rica diversidade animal e vegetal, conjunto de características que formam um ecossistema específico integrado no Centro-Oeste. O interesse geral despertado favorece a compreensão dos fenômenos sócio-culturais e econômicos que surgiram com a própria disseminação da imagem pantaneira no Brasil e no mundo.

Devido à crescente importância dessa região, que se reflete intensamente nos meios midiáticos, destaca-se a necessidade de efetuar um estudo interdisciplinar para assinalar o fluxo das informações referentes aos aspectos biótipos e abióticos do ecossistema e as relações destes com o Homem envolvendo a especificidade da cultura, da linguagem, da economia e produção do espaço pelo homem, além de abordar a relevância do conceito econômico de desenvolvimento sustentável.¹

O Pantanal tem sua dinâmica regida basicamente pelo pulso de inundação, segundo o qual a sazonalidade do regime hidrológico assinalado pela existência de períodos de cheia e de seca, constitui-se no fator primário que rege a ecologia dessas planícies, provocando alterações substanciais nas características ecológicas de todo o sistema, levando à formação de uma grande diversidade de habitats.

*Doutor em Ciências da Comunicação ECA/USP. Professor dos cursos de Comunicação Social/Jornalismo e Mestrado em Meio Ambiente e Desenvolvimento Regional da UNIDERP – Universidade para o Desenvolvimento do Estado e da Região do Pantanal – Campo Grande – Mato Grosso do Sul.

Dessa forma, as peculiaridades das sub-regiões associadas aos diferentes graus de influências do pulso de inundação acabam determinando a formação de diversos tipos de ecossistemas aquáticos e terrestres denominadas regionalmente como lagoas, capões, cordilheiras, corixos, banhados, vazantes dentre outros. Esta heterogeneidade espacial e temporal da paisagem favorece o estabelecimento de uma alta diversidade de comunidades biológicas características ainda pouco conhecidas cientificamente, bem como o desenvolvimento de atividades econômicas e culturais.

Para a conservação deste importante ecossistema é fundamental a definição de um planejamento estratégico que vise ao conhecimento da dinâmica de toda a Bacia do Alto Paraguai - BAP, por se tratar de uma bacia sedimentar, onde os principais problemas que afetam o Pantanal são provenientes da região do Planalto. Dentre esses problemas, de acordo com o PCBAP (1997), destacam-se: compactação e erosão dos solos provocados por seu uso inadequado; poluição dos corpos d'água por despejo de esgotos domésticos das cidades, de agroindústrias, pela mineração de ferro e por insumos utilizados na agropecuária; desmatamento; pesca ilegal e comprometimento da paisagem pela mineração.

Em seu Resumo Executivo o PCBAP faz um grave alerta:

"A inserção da sociedade sem um adequado dimensionamento dos níveis de intervenção na natureza, tornando o ambiente irreversivelmente comprometido, é um dos grandes desafios para o desenvolvimento sustentável. O conhecimento da potencialidade dos recursos naturais deve acompanhar o conhecimento da fragilidade potencial dos ambientes em que tais recursos ocorrem. Deste modo, o planejamento ambiental envolve o estudo das relações entre a sociedade e a natureza, precisando, para tanto, conhecer a história dessa sociedade, sua cultura, suas relações econômicas e a base de sua sustentabilidade". (p.4)

Ao longo do século passado o Pantanal conheceu profundas modificações, como, por exemplo:

- Modificações de leito e alinhamento dos rios, criando maior número de arrombados, que são cortes de meandros produzidos pelo rio durante as enchentes, dividindo propriedades estabelecidas;

- Aumento do período de inundação de áreas ribeirinhas próximas aos rios. As propriedades agropastoris que eram exploradas, em média, por cerca de 7 meses por ano, passaram a ter apenas 3 a 4 meses de pastagens não inundadas, gerando impactos na criação de gado;

- Erosões localizadas em áreas urbanas, com destruição de matas ciliares e maior frequência de inundações;

- Como houve modificação significativa da cheia média de enchente, que molda o leito menor dos rios, esses tenderam a ampliar a seção e a criar novos caminhos, aumentando o número de meandros e ilhas no sistema, causando migrações de leito. (RE p.9)

O fato de o Pantanal ser considerado a maior reserva ecológica do mundo, cuidadosamente protegida pelos pantaneiros e admirada pelos visitantes, facilitou a criação do mito do paraíso terrestre, do santuário vivo, enfim, de uma espécie de fênix que renasceria das próprias cinzas. Entretidos por esta tradição ufanística, até certo ponto ingênua, criou-se um mito para o mercado consumista de idéias e de imagens de um Pantanal mais de ficção do que de realidade. Virar as páginas do mito para que a realidade sobreviva, eis o grande desafio que o Pantanal coloca sobre a mesa de negociações dos políticos sob a responsabilidade da mídia e, acima de tudo, para a consciência de cada brasileiro, na visão de Albana Xavier Nogueira(1995)

A autora ressalta, no entanto, o alto espírito conservacionista do homem pantaneiro, a quem atribui o relacionamento harmonioso com a natureza:

"Ambientalista nato, o pantaneiro típico, no convívio diário com o ambiente, aprendeu a fazer a leitura da natureza, a fim de captar suas mais sutis transformações, incapaz de realizar ações que venham a prejudicar o Pantanal, há dois séculos mantém um relacionamento harmonioso que contribui para o fortaleci-

mento das propostas de preservação dos seus diversos ecossistemas, ou seja, de seus diferentes conjuntos de elementos, que se inter-relacionam para garantir a manutenção do equilíbrio ecológico, como flora, fauna, fatores climáticos, biológicos, hidrográficos, etc. Por homem pantaneiro, entende-se, aqui, o elemento nativo do Pantanal ou aquele que nele vive há mais de 20 anos, compartilhando hábitos e costumes típicos da região". (p.13)

Mas Nogueira identifica problemas que estão se agravando na região, pois considera que todo o grupo social, por mais conservador que seja, apresenta alterações em seus hábitos e costumes, o que provoca um constante processo de mudanças em todo o sistema cultural desse grupo: "Assim sendo, o sistema cultural pantaneiro, após o momento de formação e de consolidação de seus aspectos básicos, tende, atualmente, a iniciar a caminhada para a descaracterização, devido à intervenção de fenômenos os mais diversos, dentre eles, o inter-relacionamento com elementos de culturas diferentes e a assimilação de comportamentos até então alheios ao grupo. (p.23.)

Uma das formas de se evitar o agravamento de tais problemas é apontada por Neide Honda (1998). A educadora faz observações localizadas - mas que certamente refletem a realidade de todo o Pantanal - ao ressaltar que a questão educacional da região de influência da Base de Estudos do Pantanal deve ser compreendida numa perspectiva que leve em conta os condicionamentos econômicos, sociais, políticos e culturais embutidos em outras questões igualmente complexas: agrária, turismo, pesca, meio ambiente, migração, habitação.

Acrescenta que a questão educacional da região de influência da Base de Estudos do Pantanal deve ser compreendida numa perspectiva diferenciada da prática tradicional. Uma proposta educacional para aquela população, se pretendida eficiente, requererá a sua inserção em estratégias mais amplas de desenvolvimento. E aponta a fórmula que pensa ser a mais eficiente, pois é acompanhada pelo sentido da conscientização:

“Frente às atuais tendências educacionais e às políticas fixadas para o setor pesqueiro e turístico do Estado, o ensino a ser oferecido para a população daquela localidade, deverá atuar, de tal modo, que o sujeito (criança, jovem ou adulto) tenha condições de integrar-se à zona rural ou urbana. Concluindo, entendemos que o modelo de educação a ser concebido para a realidade enfocada neste trabalho, somente terá sentido, se abrir a possibilidade para o surgimento de consciência ou níveis de consciência mais críticos no Homem da região, que resultem em participação, portanto, mais consequente da Sociedade. (p.115-117).

Banducci Jr. e Moretti(2001) consideram que a grande ameaça ao ambiente pantaneiro vem dos grandes projetos de desenvolvimento para a região, como a Hidrovia Paraguai-Paraná, que planeja o tráfego de grandes comboios de chatas através do rio Paraguai, transportando a soja de Mato Grosso e o minério de Mato Grosso do Sul para os países do Mercosul e de outros continentes.

Além disso, os autores identificam outro grande projeto ameaçador, em pleno município de Corumbá, a chamada capital do Pantanal: “É um pólo industrial siderúrgico e petroquímico, que utilizará como energia o gás natural proveniente da Bolívia e os minérios existentes na Morraria do Urucum, localizada no mesmo município(Corumbá). Este projeto já está sendo efetivado e as estimativas governamentais são de uma produção anual de 1,6 milhão de toneladas/ano de aço, com investimento total da ordem de R\$3 bilhões!. (p.12)

Dessa forma a atraente e promissora industrialização, que aos poucos vai se instalando no centro do Pantanal, pode representar danos irreparáveis ao ambiente pantaneiro e, ao mesmo tempo, colocar em risco a possibilidade de coexistência com outras atividades econômicas consideradas como a verdadeira vocação da região, entre elas a pecuária, o turismo e a pesca.

As expectativas dos ambientalistas conscientes da necessidade de prever impactos físicos, ecológicos e sociais entram em conflito com as aspirações de lucratividade plena

de alguns membros pragmáticos de uma sociedade animada pelos ventos do imediatismo, estimulada a seguir modelos predatórios de comportamento, analisa Aziz Ab'Saber(1996). Já houve queima demasiada dos recursos naturais básicos para que se possa permitir a continuação de processos que inviabilizam a vida na superfície do planeta Terra. Há que moderar e sobretudo ser criativo a fim de obter lucros, sem destruir o capital ecológico e ambiental. O autor, entretanto, acredita no que ele denomina de 'convivência social razoável':

"A despeito dessa atmosfera desfavorável ao bom senso e à racionalidade, há que reagir aos extremismos, trabalhar por uma convivência social razoável, exigir o cumprimento de leis bem elaboradas, cobrar dos governantes um melhor diálogo e entendimento sobre as sérias questões que dizem respeito à organização do espaço dos homens sobre os espaços da natureza. A sociedade civil já se conscientizou sobre as diferentes variáveis do ambiente físico e ecológico. Cabe, agora, cobrar dos governantes menos demagogia e mais ações de gerenciamento a favor da qualidade de vida da população, sem perda de eficiência produtiva dos espaços herdados da natureza." (p. 32).

Banducci e Brum (1997) consideram que a exploração das matas e as atividades de caça não se exercem, nesses lugares, pela livre vontade e determinação dos homens. Há de se respeitar as forças que controlam e protegem a natureza. Do contrário, aquele que comete excessos, que invade com seus machados e foices locais proibidos, deve estar sujeito a pesadas sanções. Certamente que a caça indiscriminada de animais daninhos, como a onça, a eliminação das plantas invasoras de pastagens através de queimadas são procedimentos aceitos e tidos como necessários do ponto de vista prático dos "castigos" sobrenaturais. No entanto, a relação com a natureza, de um modo geral, é regulada por normas estabelecidas no imaginário popular.

Assim, como as crenças têm estabelecido seu poder de orientação das práticas humanas junto à natureza, no momento em que se rompe o elo entre o domínio social e

o cósmico, a relação com o ambiente perde o seu conteúdo mágico e simbólico para assentar-se numa perspectiva meramente técnica, impessoal.

A mídia, principalmente através do rádio e televisão, atinge todos os municípios da BAP/MS, seja no contexto urbano ou rural. O consumo de antenas parabólicas demonstra que tende a crescer a influência da televisão na região. Constatou-se que os hábitos, gostos e valores da população local estão se transformando em função dos apelos de consumo veiculados pelos meios de comunicação. Novas necessidades se impõem, inclusive para o homem do campo, que vê crescer a sua dependência em relação ao meio urbano.

Na análise sobre a cultura regional na BAP/MS, foi possível observar que antigos padrões de relação com a natureza estão sendo substituídos, em ritmos variados, por novas formas de percepção do mundo, resultante, dentre outros, do incremento e da diversificação da economia, dos novos padrões sociais veiculados e afirmados pelos meios de comunicação, pela aproximação cada vez maior entre o meio rural e o urbano. Sob este último aspecto, a perspectiva cosmológica, em que o homem percebe-se como parte integrante do meio natural e tem suas ações por ele condicionadas, perde lugar para uma relação distanciada do homem frente ao mundo natural, em que prevalece uma perspectiva quase essencialmente técnica, voltada para a exploração econômica.

Desse modo, se antes as ações dos homens sobre a natureza eram, em muitos aspectos, reguladas não apenas por suas necessidades e interesses imediatos, mas também mediatizadas por forças sobrenaturais que definiam, e em alguns lugares ainda definem, o nível de exploração do mundo natural, hoje, após a introdução de novas técnicas de produção e de novos produtos, ocorre um processo gradativo de fortalecimento das relações e da lógica capitalista de produção, que passa a interferir de forma crescente em todas as dimensões da vida social.

Muitos problemas ambientais poderiam ser facilmente resolvidos não fosse a permanência de um sistema educacional, na prática, incapaz de conduzir o estudante à valorização

e à preservação de seu próprio ambiente. Torna-se, pois, imprescindível a insistência nos binômios informação e educação, os dois mecanismos de maior eficiência para transformar os problemas ambientais numa constante preocupação, e não em cuidados momentâneos. O conhecimento da realidade ambiental do nosso quintal, do país, do mundo constitui-se numa excepcional força educativa, capaz de levar as pessoas a mudarem de comportamento em relação a seu habitat.

A COMPLEXIDADE AMBIENTAL EXIBE O OLHAR INTERDISCIPLINAR

A transição da modernidade para a pós-modernidade registra, entre múltiplas facetas, os enfrentamentos entre as tendências da unidade do conhecimento e da padronização/homogenização cultural, com a valorização da diversidade e da diferença. O chamado Projeto Interdisciplinar se coloca, então, com o propósito de reorientar a formação profissional através de um pensamento capaz de apreender a unidade da racionalidade para solucionar os complexos problemas gerados pela racionalidade social, econômica e tecnológica.

De acordo com o pensamento de Enrique Leff (2001) o que a interdisciplinaridade procura é construir uma realidade multifacetária. É uma prática que produz efeitos sobre a aplicação do conhecimento das ciências e sobre um conjunto de saberes não científicos. É importante destacar a observação do autor de que "sua eficácia provém da especificidade de campo disciplinar, bem como do jogo de interesses e das relações de poder que movem o intercâmbio subjetivo e institucionalizado do saber" (p. 185).

Na observância da degradação ambiental, Leff vê o risco de colapso ecológico e o avanço da desigualdade e da pobreza como sinais da crise do mundo globalizado e que a sustentabilidade é o significante de uma falha fundamental da história da humanidade, é o tema do nosso tempo, do final do século XX e da passagem para o terceiro milênio. Assim, o saber ambiental emerge de uma reflexão sobre a construção social do mundo atual e, ao mesmo tempo, é a confluência

de processos físicos, biológicos e simbólicos reconduzidos pela intervenção do homem – da economia, da ciência e da tecnologia – para uma nova ordem geofísica, da vida e da cultura. Hogan (1992) afirma que a problemática ambiental emergiu como fenômeno a partir de dilemas colocados pelo acúmulo de evidências empíricas sobre os limites do crescimento material, questionando o estilo de desenvolvimento socioeconômico subjacente à dinâmica de funcionamento das sociedades modernas industriais.

Rabelo(2002: 16), ao criticar a perspectiva de discussão vinculada aos setores mais técnicos, como os que tratam da elaboração dos diagnósticos ambientais, vai ao encontro com a exigência da interdisciplinaridade defendida por Leff: “ Hoje, devido à complexidade dos problemas, é que cada vez mais se faz necessária a comunicação entre as diversas áreas e saberes, pois o conhecimento produzido a partir de disciplinas e profissionais isolados entre si está definitivamente em xeque”.

Para compreender a complexidade do mundo em que vivemos, no qual se amalgamam a natureza, a tecnologia e a textualidade, de hibridização expostos pela tecnologia da vida e economização da natureza, de mestiçagem de culturas, de diálogo de saberes, de dispersão de subjetividades, de surgimento de novos autores, Leff faz observações pertinentes sobre o papel da interdisciplinaridade na formação do saber ambiental sob a égide do desenvolvimento sustentável:

“A crescente complexidade e o agravamento dos problemas socioambientais, gerados pelo triunfo da racionalidade econômica e da razão tecnológica que a sustenta, levaram a colocar a necessidade de reorientar os processos de produção e aplicação de conhecimentos, assim como a formação de habilidades profissionais, para conduzir um processo de transição para um desenvolvimento sustentável ...a internacionalização da racionalidade econômica e tecnologia dominante provocou a superexploração dos recursos e a degradação do potencial produtivo dos ecossistemas dos países sub-desenvolvidos”. (p.199-201.)

Leff (op.cit.) enfatiza que a construção do novo saber exige a transformação dos paradigmas científicos tradicionais e a produção de novos conhecimentos, depende do diálogo, da hibridação e da integração de saberes, assim como a colaboração de diferentes especialidades, propondo a organização interdisciplinar do conhecimento para viabilizar o desenvolvimento sustentável. A necessidade de compreender a complexidade da problemática ambiental e os múltiplos processos que a caracterizam, provocou o questionamento da fragmentação e da compartimentalização de um saber disciplinar, incapaz de resolver esta problemática. Não é por outro motivo, que temos assistido nas últimas décadas ao desenvolvimento da discussão acerca de interdisciplinaridade, multidisciplinaridade e transdisciplinaridade: "A inter e a transdisciplinaridade que o saber ambiental exige não é a busca de um paradigma globalizante do conhecimento, a organização sistêmica do saber, a uniformização conceitual por meio de uma metalinguagem interdisciplinar... mas um paradigma onibrangente, de ecologizar o saber ou de formular uma metodologia geral para o desenvolvimento do conhecimento, mas sem desconhecer a especificidade das diferentes ciências historicamente constituídas, ideologicamente legitimadas e socialmente institucionalizadas" (p. 207-208).

Viola (1998) alinha dois pressupostos podem nortear a reflexão teórica: 1º: a questão ambiental assumiu dimensão gigantesca; 2º: a urgência em solucioná-la termina por apontar em direção à superação da forma capitalista de produção. Para fundamentar tais pressupostos, podemos comparar a ação entre dois momentos históricos: o renascimento e os dias atuais. O conjunto de pensadores, artistas, inventores que formam o denominado Renascimento Cultural e Científico se empenha em solucionar as necessidades criadas por novas relações sociais. O mundo feudal tornara-se irracional porque superado historicamente: suas necessidades e seus paradigmas não mais pertencem à lógica da produção e circulação de mercadoria recentemente inauguradas. O pensamento renascentista representa, à época, a vanguarda responsável pela implantação de um novo mundo, novos homens, novas relações sociais.

As ciências modernas, revolucionárias à época de sua formação, foram forjadas sob a tendência da especialização do conhecimento, culminando com o surgimento do Positivismo. Em finais do século XVIII, o estado positivo do conhecimento humano afirma que todas as ciências possuem o mesmo método e o que garante sua especificidade é o objeto. Cada ciência se aprofunda em sua área de conhecimento, concorrendo para a maximização da produção de bens e serviços. É um caminho sem volta, porque o homem vê a natureza como provedora de recursos. Contudo, sob a compreensão da totalidade, não há como separar homem e natureza (...) “toda a assim chamada história universal nada mais é do que a produção do homem pelo trabalho humano, o vir-a-ser da natureza (...) o homem como de existência da natureza e a natureza para o homem como o modo de existência do homem...” (Marx, 1974, p.21).

A leitura compartimentalizada, que leva à fragmentação, não tem mais sentido, como bem analisa Zilberman(1999: 16):

“Estas compartimentalizações são sintomáticas da maneira como o conhecimento científico circula atualmente, quando a valorização excessiva da especialidade torna o pesquisador ignorante das dimensões globais de seu tema de estudo. A fragmentação do objeto de investigação em facetas dispersas acentua o processo de alienação antes referido e impede a perspectiva totalizadora que recuperaria os laços da ciência com a comunidade, eventualmente tornando o saber mais atuante e comprometido com as mudanças sociais.”

Efetivamente, a questão ambiental foi apropriada primeiramente pelos biólogos e longo foi o percurso até que finalmente fosse pensada em sua complexidade, isto é, por todos os ramos do conhecimento. A discussão acerca da interdisciplinaridade até chegar à transdisciplinaridade é o próprio caminho da incorporação e superação de paradigmas resultantes da forma atual de produção da vida. A interdisciplinaridade representa a limitação imposta pela tentativa de solucionar os problemas sob o paradigma das ciências

modernas. A transdisciplinaridade aponta no sentido da superação da ciência moderna, da produção de conhecimento sob uma nova lógica que não mais seja informada pela lógica capitalista que, com seu consumo irracional está levando toda a biosfera a um colapso. A ciência moderna, revolucionária no período da renascença, não consegue responder às questões urgentes apresentadas pelos problemas ambientais atuais, simplesmente porque determinam e foram determinadas pela lógica da produção de mercadoria. Trata-se pois de inaugurar nova forma de conhecimento.

A BUSCA DE SOLUÇÕES PASSA PELO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Da mais remota antigüidade ao capitalismo, cada período histórico teve sua participação no domínio e exploração da natureza para atender as necessidades vigentes. Desde então, muito se tem discutido e problematizado sobre o encaminhamento dos recursos naturais. Na construção e reconstrução do ambiente natural algumas contradições se destacam, pela forma como influenciaram no processo da civilização humana. Na Idade Média a igreja mitificou a natureza e conduziu o homem ao ambiente natural. O Renascimento foi marcado pela saída do homem do campo em busca da civilidade que a cidade oferecia. Com o advento da Revolução Industrial, houve uma supervalorização do produto artificial, em contraponto ao produto natural. A contemplação da natureza no Mundo Moderno foi influenciada pelo capitalismo. E a tentativa de conciliar a estética e a produção numa sociedade com ideais, culturas e credos diferentes caracterizam os conflitos que compõem a formação a sociedade ocidental e os caminhos do meio ambiente.

As conquistas do Novo Mundo, as grandes navegações, as conquistas territoriais, o desenvolvimento da indústria e do capitalismo, entre outros, aconteceram através da inevitável exploração direta e indireta da natureza. Nesse período histórico, vários processos atuaram na natureza, transformando-a para atender as expectativas dos homens em ter na natureza

um modelo estético e produtivo, onde a contemplação estivesse intimamente ligada à produção material. As transformações no ambiente natural acontecem para atender aos anseios de uma minoria dominante que conduz a sociedade, explorando todos os recursos que a natureza oferece na produção de bens de consumo.

O meio ambiente está sendo observado em escala planetária e o desenvolvimento sustentável é a grande bandeira levantada na segunda metade do século XX, para resgatar o ambiente natural para as futuras gerações. Há pouco tempo atrás, o meio ambiente era utilizado indiscriminadamente, sem nenhum tipo de resguardo para o futuro. Como lembra Rodrigues, " a expansão da expressão desenvolvimento sustentável está relacionada à publicação do relatório da Comissão Mundial sobre meio ambiente e desenvolvimento da ONU, o Relatório Brundtland, mais conhecido como Nosso Futuro Comum, em 1987". (2001:20).

A partir das discussões de Estocolmo, e, posteriormente da ECO 92, um novo olhar está atento às ações de impacto no meio ambiente. O homem começou a perceber os cuidados que a natureza inspira e foi no ímpeto dessas ações de sustentabilidade que o ambiente natural passou a receber uma atenção especial. Foi nesse contexto desenvolvimentista que as primeiras manifestações de preocupação com o ambiente natural passaram a ser inseridas nas discussões científicas e, a partir dessa perspectiva, surgiu o novo paradigma. Para Moretti (2000), o termo desenvolvimento sustentável foi criado para repensar o modelo de desenvolvimento adotado pela sociedade.

Dentre as formas de mercantilização do ambiente natural, destaca-se o desenvolvimento do turismo, em várias partes do mundo, promovendo o retorno ao ambiente natural, em busca da tranquilidade, da vida saudável, do ambiente rural, que permeiam os pensamentos do homem desde sua ruptura com o campo. A qualidade de vida que o homem busca no campo gerou o desenvolvimento do turismo em várias partes do mundo, e contribuiu para o processo de mercantilização da natureza. A incessante busca de reencontro com a natu-

reza idealizada pelo ser humano transformou essa natureza para atender o crescimento acelerado da atividade turística, desencadeando uma série de impactos sociais e ambientais, que resulta numa problemática a ser discutida e reorganizada pela comunidade emissora e receptora de turista.

O ambiente natural é utilizado na produção de bens de consumo, a natureza é tida como mercadoria a ser explorada para atender a demanda de turista. Desordenadamente hotéis, restaurantes, trilhas, etc, são construídos para suprir a necessidade local, deixando de lado a idéia de que o turismo é uma indústria sem chaminés, porque tudo o que envolve a construção de um empreendimento turístico, polui. Segundo Rodrigues, "...pensamos que o turismo deve ser caracterizado como uma atividade que envolve a indústria, o serviço e a natureza como paisagem-mercadoria, porque todos estes setores encontram-se intimamente imbricados". (2001-32)

Os elementos que compõem a natureza são organismos vivos e frágeis, e procurar conviver em harmonia com as limitações do ambiente natural pode ser um dos passos para o desenvolvimento sustentável. O equilíbrio entre a tecnologia, o meio ambiente, a ciência e o ser humano podem levar a sociedade ao desenvolvimento sustentável, desde que alguns aspectos como a saúde, a alimentação, o lazer, a educação entre outros fatores sejam respeitados e façam parte da vida dos membros da sociedade. O desenvolvimento sustentável pode ser o caminho para se solidarizar com as futuras gerações para que possam ter a chance de reencontrar natureza e sociedade equilibrados. Para isso é necessário um sistema social preocupado com a educação, considerando a participação popular e do poder público no desenvolvimento da atividade turística. Os princípios éticos de moral e respeito, estão em constantes impasses na incessante busca do equilíbrio entre o homem e a natureza, pois perpassam necessidades básicas do homem, que ainda não conseguimos atender.

De acordo com Lafer (1996:26) o conceito de desenvolvimento sustentável "não é de operacionalização simples: requer estudos, pesquisa e investigação para se tornar realizá-

vel. Por outro lado, por ser heurístico, merece ser realizado". Para tanto, é necessário educar para a convivência harmônica entre homem e natureza, numa sociedade que carece de saúde, educação, emprego, segurança, transporte, lazer, solidariedade para com as futuras gerações e participação popular continuada.

Um dos conflitos na busca de um redirecionamento na relação homem-natureza é que a atividade turística caminha sobre a égide do mercado financeiro; a partir do produto da natureza é que o meio social, cultural, político e econômico se integrarão. Nesse sentido, a natureza é vista artificialmente como um meio para atingir um produto final – o turismo.

A proposta de uma pesquisa científica que aborde temas como o desenvolvimento sustentável, se respalda no argumento de Rodrigues, que defende a pesquisa científica como o instrumento para desvendar a realidade: " A pretensão dos argumentos não é de esgotar o tema. Ao contrário, é de alertar para a necessidade de se compreender a complexidade da pesquisa científica que corresponde não à completude mas antes à incompletude do conhecimento. Isto porque quanto mais tentamos desvendar a realidade, mais verificamos que há novas problemáticas que devem ser equacionadas para se tentar analisar os temas propostos para pesquisar, conhecer, desvendar, etc". (2002:19).

É oportuna a colocação de Cavalcanti (1998), ao historiar o desenvolvimento sustentável, baseando-se nas teses e conclusões básicas do grupo de pesquisadores coordenados por Dennis Meadows (1972:20):

1. Se as atuais tendências de crescimento da população mundial – industrialização, poluição, produção de alimentos e diminuição de recursos naturais – continuarem imutáveis, os limites de crescimento deste planeta serão alcançados algum dia nos próximos cem anos. O resultado mais provável será um declínio súbito e incontrolável, tanto da população quanto da capacidade industrial.

2. É possível modificar estas tendências de crescimento e formar uma condição de estabilidade ecológica e econômica que se possa manter até um futuro remoto. O estado

de equilíbrio global poderá ser planejado de tal modo que as necessidades materiais básicas de cada pessoa na Terra sejam satisfeitas e que cada pessoa tenha igual oportunidade de realizar seu potencial humano individual.

3. Se a população do mundo decidir empenhar-se em obter este segundo resultado, em vez de lutar pelo primeiro, quanto mais cedo ela começar a trabalhar para alcançá-los, maiores serão suas possibilidades de êxito.

As teses e conclusões acima referidas, apesar de já passadas três décadas, estão na ordem do dia quando o assunto é o Pantanal MS. O crescimento do fluxo turístico, o aumento da população, a forte ameaça da poluição, das queimadas, do assoreamento e a política de implantação de indústrias na região desencadeiam problemas cada vez mais visíveis e ameaçadores ao que se convencionou chamar de santuário ecológico pantaneiro. Nunca é demais, portanto, repetir os postulados do "tripé mágico" emergido da Conferência do Rio, a ECO 92: o nosso Planeta precisa de eficiência econômica, justiça social e prudência ecológica.

O DESCOMPASSO DA MÍDIA NO TRATAMENTO DA TEMÁTICA AMBIENTAL

A questão do meio ambiente tem dimensões econômicas, políticas, tecnológicas e culturais, na visão de Salomão Amorim (1996). Na esfera cultura é óbvia a importância dos meios de comunicação enquanto espaço de informação sobre problemas de meio ambiente. Pode-se dizer que os problemas de cobertura sobre os assuntos ambientais se localizam nos seguintes aspectos da organização e funcionamento dos meios de comunicação:

- Da distribuição de recursos entre países e entre grupos sociais diversos, em que se observam profundas desigualdades em termos de capacidade de produzir e transmitir mensagens.
- De controle das informações por governos ou grupos privados, através da censura e outros meios.

- Da concentração dos meios e comunicação em mãos de grupos econômicos nos planos nacional e internacional, uma tendência hoje reforçada.

- Do conteúdo dos meios de comunicação, que promovem um modelo de desenvolvimento estimulador do consumo, do desperdício e de agressões ao meio ambiente.

- Da insuficiência de condições para os profissionais exercerem as atividades com independência e competência. Aqui se incluem as condições salariais, de trabalho e a falta de garantias legais. (p.37-38)

Luis Fernando Ramos(1995) identifica um grande paradoxo na relação mídia e meio ambiente, pois ao mesmo tempo em que desempenha um papel de ligação nos esforços para a constituição de uma base de entendimento comum diante das diferentes leituras sobre o meio ambiente, a comunicação de massa é responsável tanto pela omissão, quanto pela difusão indiscriminada de mensagens ambientais. E acrescenta outro fator, que considera de extrema gravidade: muitas dessas mensagens, de forte apelo persuasivo, refletem interesses meramente corporativos e não coletivos, como se deveria supor, uma vez que o meio ambiente engloba toda a coletividade.

O autor observa o crescimento, nos últimos anos, de publicações, reportagens e documentários sobre meio ambiente, a busca progressiva de várias empresas e instituições de vincular suas imagens à 'defesa do meio ambiente', por meio de campanhas de publicidade e patrocínio de eventos de 'natureza ecológica' e destaca o enfoque do consumo que, aos poucos, vai envolvendo a informação ambiental: " Considerando que não há comunicação desinteressada, é possível supor que o receptor possa estar sendo submetido a uma mensagem que visa basicamente alimentar uma demanda crescente de consumo, na qual a informação ambiental é um produto que atrai cada vez mais audiência". (p.30)

Fabiola de Oliveira (1996: 63) identifica três tipos de cobertura jornalística sobre questões ambientais - as matérias baseadas em denúncia, as que representam propostas de

solução para problemas ambientais, e a divulgação amena de assuntos como nichos ecológicos, parques e reservas florestais. Este formato divulgação mais “light” do meio ambiente é feita por programas de televisão como Globo Ecologia, revistas como a Revista Geográfica Universal (Bloch), Caminhos da Terra (Azul), Horizonte Geográfico e os cadernos de turismo dos jornais. “Estes tipos de cobertura jornalística apresentam abordagens política, econômica, social ou científica, que podem ser destacadas ou mescladas numa mesma matéria ou reportagem, dependendo da linha editorial da publicação. No entanto, é inegável que a imprensa brasileira, quando se trata de meio ambiente, tem dado maior destaque às denúncias e à abordagem política, privilegiando as fontes oficiais – em detrimento das abordagens sociais, econômicas e, principalmente, científicas, e das fontes oriundas destas comunidades”.)

O acesso ao conhecimento é, para a autora, o ponto central de união entre democracia, meio ambiente e jornalismo:

“O exercício da cidadania, prática vital dentro de uma sociedade democrática, não pode prescindir do acesso à informação. Para assumirmos uma identidade pública, que reside no cerne do conceito de cidadania, torna-se necessário desenvolver a capacidade de argumentar, debater, e, em última instância, de elaborar julgamentos válidos. Para os jornalistas e comunicadores, tanto nos meios de comunicação de massa quanto nos meios alternativos - que podem proliferar dentro de uma sociedade democrática, propiciando a diversidade de pensamento e opiniões – torna-se imperativo fugir da superficialidade e buscar a especialização. Não a especialização tecnicismo, compartimentada, mas aquela que busca o domínio de um determinado contexto compreendendo-o de maneira global, em todos os seus aspectos sociais, econômicos e políticos. (p. 68-69)

Então, a contribuição da mídia para a disseminação do conhecimento do ecossistema Pantanal não passa, ainda, de simples notícias descompromissadas com o meio am-

biente. O tão solicitado e necessário binômio informação-educação ainda está distante de ser exercido. De modo geral as reportagens – especialmente em jornais, revistas e tvs – exploram as belezas naturais do Pantanal, exaltam as suas riquezas, apenas registram as tragédias (queimadas, assoreamento dos rios, erosão, pesca predatória), tudo de forma mais ou menos superficial, e não aprofundam as graves questões denunciadas por ecologistas e constatadas por pesquisadores.

PESQUISADORES MOSTRAM PROBLEMAS E APONTAM AS SOLUÇÕES

Com o objetivo de detectar os problemas que estão afetando o Pantanal MS e contribuir para a busca de soluções, entrevistamos sete pesquisadores de reconhecida competência científica, todos com trabalhos relevantes na área ambiental. As mesmas perguntas foram feitas a todos e tiveram como objetivo principal ampliar a reflexão sobre cinco questões básicas para a compreensão da maior área inundável do Planeta: a). **descrição sob a ótica de cada especialidade**, b). **a cobertura jornalística da mídia** c). **a vocação econômica**, d). **os problemas mais graves** e, e); **a importância do Pantanal MS como laboratório de pesquisa**².

Na descrição do Pantanal, os pesquisadores ressaltam a relevância dessa planície inundada, formada pelos rios da Bacia do Alto Paraguai, ecossistema em que se pode observar com nitidez a integração entre homem e natureza em todas as suas nuances. Dessa relação surge a conciliação do modo de vida do homem pantaneiro com às condições ambientais.

Para os pesquisadores, é fundamental a importância desse aglomerado de ecossistemas, que têm em comum situar-se numa planície alagável sujeita a um ciclo demarcado de cheias e secas, definido pela riqueza da fauna, pela exuberância da flora e por características geológicas próprias que conferem à região uma singularidade ambiental de interesse planetário.

Outro ponto referido evidencia a fragilidade da região:

o Pantanal é um ecossistema onde a vida gira em torno do regime pluvial. A bacia Pantaneira possui características hidrológicas bastante frágeis, a ação antrópica nas terras altas (de agricultura intensiva) e nos canais dos rios (através da navegação comercial e de lazer) podem alterar radicalmente o regime hidrológico do sistema, comprometendo todo o equilíbrio existente.

Os pesquisadores são críticos severos da cobertura jornalística referente às questões ambientais do Pantanal MS. As reclamações mais frequentes são o destaque para as notícias sensacionalistas, informações superficiais, o exagero na divulgação de atrações turísticas.

Independente de especialidade ou área de conhecimento, o único ponto em que todos os pesquisadores concordam é quanto à vocação econômica mais relevante do Pantanal MS: o turismo, pois representa uma alternativa atraente e segura de renda. Porém, há severas críticas à forma como está sendo explorada a atividade: poluição dos rios, pelos esgotos dos grandes hotéis, que se erguem no lugar das sedes das fazendas, quer pela perturbação à biodiversidade e aos elementos da flora que, inevitavelmente, acabarão sofrendo as conseqüências da mudança de hábitos, provocada pela presença constante de pessoas estranhas ao meio ambiente.

A pecuária é motivo de opiniões controvertidas entre os pesquisadores, pois é incontestável o papel não apenas econômico, mas também cultural, que a atividade representa. Os que acreditam na Pecuária como a base da economia pantaneira, argumentam que foi através do gado que o homem branco conseguiu ocupar definitivamente aquelas terras, após a eliminação de grande parte da população indígena. É uma atividade bastante adaptada às características ambientais da região e que representa, em alguns casos, juntamente com o setor da mineração, a base da economia dos municípios pantaneiros. Mas em decorrência da queda no padrão de lucratividade – seja pela baixa no preço da carne, seja pela queda da produtividade em função da divisão dos campos – intervenções drásticas têm sido praticadas contra a

natureza local, como grandes queimadas e desmatamentos, provocando problemas ambientais sérios, que não somente interferem nas demais atividades econômicas (como o turismo, por exemplo), como provocam danos à saúde pública e prejuízos incalculáveis ao ecossistema.

Apesar de a agricultura não ter a mesma relevância do turismo e da pecuária, pois o Pantanal não dispõe de solos apropriados para a cultura agrícola de grande porte, os entrevistados destacam, no entanto, a existência de pequenas comunidades além de assentamentos, que vivem da pequena agricultura, sendo esta atividade importantíssima para manter o homem no campo, com trabalho e autonomia. Outra atividade tradicional no Pantanal e que não recebe a devida atenção e incentivo é a pesca, que abriga milhares de trabalhadores que, com seu trabalho, movimentam outras atividades econômicas nos municípios da região, como o pequeno comércio e o setor de serviços.

Enquanto laboratório de pesquisa o Pantanal MS se mostra ao mesmo tempo de forma exuberante e coberto afetado por inúmeros e gravíssimos problemas. Por exemplo, a rica diversidade de flora e fauna - alguns ameaçadas de extinção - constituem-se em um valioso patrimônio genético do Brasil e da humanidade, que precisa ser pesquisado, conhecido, explorado, preservado e conservado. Para evitar os graves problemas causados pelo turismo sem planejamento, os pesquisadores defendem a necessidade de urgência na realização de pesquisas pontuais.

Quando se fala em problemas que ameaçam os ecossistemas pantaneiros as críticas dos pesquisadores são incisivas. Os mais graves são as ameaças que vêm de fora da região, como por exemplo a hidrovia que modificaria o tempo de permanência de água na região e poderia secar grandes áreas; o desmatamento e assoreamento que ocorrem na Bacia do Alto Paraguai, ameaçando os rios e causando inundações permanentes em áreas nunca antes inundadas; o desmatamento de cordilheiras para formação de pasto é um problema sério, pois destrói refúgios da fauna na época de enchente.

E prosseguem: a pesca predatória, pois afeta toda a cadeia alimentar; o tráfico de animais, que movimentam grandes somas; as estradas que cortam a área e causam a morte de algumas espécies; o assoreamento dos rios, em virtude da destruição das matas ciliares; a poluição causada pelo lixo deixado pelos turistas. De qualquer forma, a atividade turística traz sempre grandes preocupações em relação principalmente à biodiversidade pantaneira, aos rios, que acabarão sendo os receptores dos esgotos.

Outro grave problema é a ausência de programas para a fixação do homem pantaneiro no seu habitat, atenuando seu êxodo, através da criação de condições que propiciem a produção e o comércio de bens culturais, capazes de sustentarem a presença do homem no seu ambiente, sabendo-se valorizado e produtivo.

Uma última e grande ameaça que paira sobre o ambiente pantaneiro é a implantação da Hidrovia Paraguai-Paraná, obra destinada a facilitar o escoamento da safra agrícola do Mato Grosso e Mato Grosso do Sul. Desnecessária do ponto de vista econômico, destacam alguns pesquisadores, já que existem outros meios de escoar a safra (como as ferrovias), este empreendimento irá não apenas incentivar a reprodução de um modelo cruel de exploração agrícola, com a devastação de uma área até então conservada do ponto de vista ambiental, como também prejudicar as populações ribeirinhas que vivem da pesca e interferir negativamente na atividade turística.

CONSIDERAÇÕES E REFLEXÕES

O Pantanal, com 138.183 km² distribuídos entre os estados de Mato Grosso e Mato Grosso do Sul, vive seus ciclos sob o conflito de duas grandes vertentes: de um lado a fascinante e atraente riqueza natural e, de outro, a devastação provocada pela presença do homem. O grande embate Homem x Natureza, que está ocorrendo em todo o Planeta, com consequências desastrosas, reflete-se aqui no Pantanal do Estado de Mato Grosso do Sul. (Apesar de a região ser

identificada pela maioria dos autores como Pantanal Matogrossense ou simplesmente Pantanal, está pesquisa abrange apenas a área localizada em Mato Grosso do Sul e a denominamos de Pantanal MS)

As pesquisas registram preocupação crescente com o aumento da densidade populacional do Pantanal MS, especialmente a flutuante, representada por pescadores e turistas, o que tem acarretado sérios danos ao ecossistema da região, além de alterar o ciclo natural da fauna e da flora. Por exemplo, a pesca durante o período da Piracema – fenômeno da procriação dos peixes – e o assoreamento dos rios, são dois problemas citados pela totalidade das pesquisas.

Para evitar ou minorar o processo de devastação que está ocorrendo em diversas áreas do Pantanal MS as pesquisas indicam a necessidade urgente de um planejamento estratégico. Este talvez seja o fator mais importante e decisivo para a concretização de uma efetiva política ambiental, que envolva todos os segmentos da sociedade.

Outros dois grandes problemas ameaçadores ao ambiente pantaneiro são os projetos da Hidrovia Paraguai-Paraná e a Pólo Industrial Siderúrgico e Petroquímico – este em Corumbá, a chamada capital do Pantanal Sul-matogrossense -, o primeiro acenando com o barateamento do transporte de soja e minério para as nações do Mercosul e, daí, em direção ao atraente mercado asiático, e o segundo com a promessa da criação de milhares de empregos, diretos e indiretos.

Já os pesquisadores que avaliam o tratamento das questões ambientais pelos meios da comunicação são unânimes em apontar a fragilidade da mídia. As críticas mais comuns são a de uma abordagem superficial, panorâmica e sem preocupações educativas. Exemplo esclarecedor é o de Fabiola Oliveira, para quem as informações jornalísticas da imprensa brasileira, quando se trata de meio ambiente, têm dado maior destaque às denúncias e à abordagem política, privilegiando as fontes oficiais, em detrimento das abordagens culturais, sociais, econômicas e científicas, e das fontes oriundas destas comunidades.

No caso dos projetos considerados ameaçadores ao meio ambiente está ausente da mídia o jornalismo investigativo, gênero mais indicado para assuntos polêmicos e controvertidos como o desenvolvimento industrial e navegação intensiva pelas águas do rio Paraguai, duas atividades que mereceriam, no mínimo, o exercício da saudável isenção jornalística.

Outro questionamento é quanto à influência que a televisão vem exercendo sobre os costumes e culturas do homem pantaneiro, especialmente devido à popularização das antenas parabólicas. O modo de falar e de vestir, a cultura e os relacionamentos familiares e sociais são fortemente afetados pelas imagens televisivas captadas via satélite, processo que elimina a programação local, esta mais de acordo com a realidade regional.

Os pesquisadores entrevistados igualmente criticam a forma de abordagem do Pantanal pelos meios de comunicação. As críticas mais comuns identificam as matérias midiáticas com as expressões “superficialidade” e “sensacionalismo”. Pouco se fala das populações e suas relações com os mega-projetos poluidores, do turismo predatório, das indústrias que se instalam na região e clamam por campanhas permanentes de educação.

Quanto às vocações do Pantanal MS, os entrevistados destacam, em primeiro lugar, o turismo ecológico, vindo a seguir a pesca, a pecuária e a agricultura. Ressalte-se que nenhum pesquisador relacionou a implantação de indústrias e a navegação intensiva como projetos indicados para o Pantanal.

Desmatamento no Pantanal MS foi o problema mais citado pelos entrevistados. Em seguida estão o assoreamento, a crescente e desordenada ocupação, o êxodo dos pantaneiros, a poluição e a instalação da hidrovia no Rio Paraguai. Outros problemas: pesca predatória, tráfico de animais e extinção de espécies.

Como campo de um mega-laboratório de pesquisas o Pantanal MS é destacado em razão da confluência de diferentes ecossistemas, estudo do homem como o único protago-

nista responsável pela vitória final, ou do fracasso total de um projeto de conservação, inspiração para o desenvolvimento de tecnologias adequadas à região e conservação da fauna.

É urgente a o exercício da interdisciplinaridade no sentido de convergência de diferentes disciplinas científicas e técnicas e de saberes não científicos para produzir-se um novo objeto de conhecimento. Está evidente que os conhecimentos e métodos necessários para a compreensão e encaminhamento de soluções dos graves problemas ambientais que ameaçam o Pantanal MS dependem de condições geográficas, ecológicas, políticas, econômicas e culturais que constituem o entorno no qual se inserem as universidades de forma privilegiada. A produção e a incorporação do saber ambiental nas universidades se dá num processo de rompimento com modelos ultrapassados e desgastados e de abertura dos paradigmas teóricos e arraigados interesses disciplinares nos quais se demarcam as práticas acadêmicas na educação superior.

Portanto, o Pantanal MS está ameaçado pela implantação de indústrias poluentes, por um mega-projeto de navegação no principal rio da região, o Paraguai, enfrenta graves e crescentes problemas de desmatamento, assoreamento, queimada e erosão e pelo crescimento populacional sem planejamento. Trata-se da supremacia de um modelo econômico predador que resiste à inserção do desenvolvimento sustentável, o qual leva em conta a economia eficiente, acompanhada da justiça social e da prudência ecológica. Cabe às instituições – universidades, governos, meios de comunicação, organizações não-governamentais e sociedade civil – deter esse processo que poderá destruir esse ecossistema único, uma das maiores riquezas da humanidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AB'SABER, Aziz. Estado do meio ambiente em um país de escala continental e o complexo controle ambiental em São Paulo,. In *Comunicação e Meio Ambiente*, 1996.

AMORIM, José Salomão. A questão ambiental e os

desafios da comunicação. in *Comunicação e Meio Ambiente*. 1996.

BANDUCCI Jr. e MORETTI, Edvaldo César. *Qual Paraíso? Turismo e ambiente em Bonito e no Pantanal*. S. Paulo: Chronos, 2001.

BANDUCCI Jr., Alvaro e BRUM, Eron. – Cultura Regional e Indígena, in *Análise Integrada e Prognóstico da Bacia do Alto Paraguai* – Volume III – p.165-169

BARBIERI, José Carlos. *Desenvolvimento e Meio Ambiente. As estratégias de mudanças da Agenda 21*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.

BRUM, Eron, FRIAS, Regina Maria Barreto. (Org). *A Mídia do Pantanal*. Campo Grande: Editora da UNIDERP, 2001.

CAVALCANTI, Clóvis. (Org). *Desenvolvimento e Natureza: estudos para uma sociedade sustentável*. 2.ed. São Paulo: Cortez, 1998.

DENCKER, Ada de F. M. e KUNSCH, Margarida M. K. (orgs.) *Comunicação e Meio Ambiente*. S. Paulo: Intercom, 1996. Coleção Intercom n.5.

FAZENDA, Ivani C. Arantes. *Interdisciplinaridade: História, Teoria e Pesquisa*. Campinas, SP: Pairus, 1994. (Coleção Magistério: Formação e Trabalho Pedagógico).

HOGAN, Daniel J; VIEIRA, Paulo Freire. (Org). *Dilemas socioambientais e desenvolvimento sustentável*. São Paulo: Editora da UNICAMP, 1992.

HONDA, Neide. *Educação no Pantanal. A atuação da Base de Estudos da UFMS na região do Passo do Lontra*. Campo Grande: Editora UFMS, 1998.

LEIS, Héctor Ricardo. *A modernidade insustentável: as críticas do ambientalismo à sociedade contemporânea*. Petrópolis, RJ: Vozes; Santa Catarina: UFSC, 1999.

MORETTI. E.C. A Atividade Turística e a Sustentabilidade Ambiental, in: *Pantanal, Paraíso Visível e Real Oculto*. O Espaço Local e o Global. IGCE, Curso de Pós-Graduação em Geografia, Unesp – Rio Claro, Tese de Doutorado, 2000.

NOGUEIRA, Albana Xavier. *O que é o Pantanal*. S. Paulo: Brasiliense, 1990.

OLIVEIRA, Fabiola de. *Democracia, Meio Ambiente*

e Jornalismo no Brasil. in *Comunicação e Meio Ambiente*. 1996.

RABELO, Deisrée C. *Comunicação e mobilização social: a Agenda 21 local de Vitória (ES)*. 2002. 336f. (Doutorado em Comunicação Social). Faculdades de Comunicação Social. Universidade Metodista de São Paulo.

RAMOS, Luís Fernando Angerami. *Meio Ambiente e Meios de Comunicação*. S. Paulo: ANNABLUME, 1995.

REIGOTA, Marcos. *Meio Ambiente e Representação Social*. São Paulo: Cortez, 1995.

RODRIGUES. Adyr Balastreri. *Turismo e Espaço: Rumo a um Conhecimento Transdisciplinar*. São Paulo: Hucitec, 1997.

TORRES, Haroldo; COSTA, Heloisa. *População e meio ambiente – debates e desafios*. São Paulo: SENAC, 2000.

VEIGA, José Eli da. (Org.) *Ciência Ambiental – Primeiros mestrados*. São Paulo: Annablume/FAPESP, 1998.

ZILBERBAN, Regina e SILVA, Ezequiel Theodoro. (Orgs) *Leitura: perspectivas interdisciplinares*. 5.ed. S. Paulo: Ática, 1999.

NOTAS

¹ O grupo de pesquisa **Comunicação, Meio Ambiente e Cidadania** da UNIDERP – Universidade para o Desenvolvimento do Estado e da Região do Pantanal - realiza pesquisas no Pantanal. O produto mais recente da equipe é o livro temático **A Mídia do Pantanal**, organizado por Eron Brum e Regina Frias, da Editora UNIDERP: 2001. O livro relata, em 12 artigos, os resultados da pesquisa **A Mídia do Pantanal MS – O papel da comunicação na construção do conhecimento ambiental** na qual parte deste artigo está embasado. O artigo inclui reflexões sobre interdisciplinaridade e desenvolvimento sustentável, abordados na nova pesquisa da equipe: **Pantanal MS – Comunicação e Interdisciplinaridade do Saber Ambiental para as Práticas do Desenvolvimento Sustentável**.

² Os pesquisadores entrevistados: Professores Dou-

res Ademir Kleber Morbeck de Oliveira (Biologia), Albana Xavier Nogueira (Letras), Álvaro Banducci Júnior (Antropologia), Manfredo Luiz Lins e Silva (Engenharia Agrícola), Gete Ottaño da Rosa (Medicina Veterinária), Regina Soeiro de Figueiredo (Administração e Educação Ambiental) e Professora Mestra Neiva Maria Robaldo Guedes (Biologia). As entrevistas fazem parte do livro **A Mídia do Pantanal**, citado na nota 1.

CIDADANIA, COMUNICAÇÃO E CULTURA

*Antonio Albino Canelas Rubim**

A interação entre cidadania, comunicação e cultura tem sido formulada, muitas vezes, por uma óbvia e mera recorrência à noção de informação. Ou seja, em uma versão de pensar a interação certamente simplificada tem-se o seguinte esquema interpretativo: a comunicação implica em informação disseminada que desenvolve a cultura política ou democrática instalada e, em uma conseqüência quase necessária e inevitável, realiza a cidadania.

A insuficiência desse itinerário interpretativo torna-se evidente, em especial, quando a análise está endereçada a uma sociabilidade contemporânea, caracterizada por uma estruturação em rede, conforme Manuel Castells¹, e envolvida por um ambiente comunicacional, configurando uma situação de Idade Mídia².

Mas os problemas hoje endereçados à noção de cidadania não se limitam nem a uma visão que reduz comunicação à informação, nem a uma falta de atualização da noção de cidadania, comprometendo sua necessária adequação à circunstância societária contemporânea. A própria pertinência da utilização do termo na atualidade passa a ser questionada em determinados fóruns, sem mais.

SUSPEITAS SOBRE A CIDADANIA NA ERA GLOBAL

Alguns autores contemporâneos têm colocado interdições à utilização de determinadas noções em uma circunstância social marcada pela globalização. Jean Baudrillard,

** Professor e Diretor da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Pesquisador do CNPq. Coordenador do Grupo de Pesquisa Cultura e Política. Ex-presidente da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – COMPÓS.*

por exemplo, em *Le mots de passe*, chega a afirmar: “Por paradoxal que possa parecer, não é pelos direitos humanos que transpiram hoje – em nível planetário – as piores discriminações?”³.

Em um horizonte crítico aproximado, Mark Poster, em seu artigo “Cidadania, mídia digital e globalização”, desenvolve argumentos para demonstrar a inviabilidade do uso e o deficiente potencial crítico da noção de cidadania nos dias de hoje, mesmo reconhecendo um acionamento fortemente criativo da noção em lutas políticas passadas, em especial acontecidas na modernidade.

Depois de considerar o “conceito de cidadania” como “uma marca registrada da ideologia política ocidental”; de perguntar se a noção “tem, hoje, efeitos que limitem suas credenciais antiautoritárias” (p.316) e de afirmar que “o discurso crítico atual localiza um antagonismo entre globalização e cidadania” (p.320), Mark Poster enuncia a tese central contida em seu artigo nas seguintes palavras: *“Quero sugerir neste ensaio, no espírito da epígrafe de Baudrillard, que os conceitos e os princípios políticos ocidentais tais como os direitos do homem e do cidadão, apesar do papel progressista que possam ter desempenhado na história, podem não representar uma base adequada de crítica em nossa condição atual e cada vez mais global. Isto é, podem não representar um veículo para conceber e mobilizar um movimento democrático planetário”* (p.321/322).

Para demonstrar sua tese, o autor desenvolve três argumentos principais, mas nitidamente instalados em patamares desiguais: 1. que estes conceitos e princípios, tendo sido elaborados no Ocidente, também ele responsável pela “forma imperialista e capitalista da globalização” (p.322), sofrem por isto uma espécie de contaminação e de redução da sua capacidade de catalisar movimentos verdadeiramente globais contra a dominação; 2. que a situação hoje exige princípios democráticos que incluam a diferença com universalidade, “que cubram os povos da Terra, mas reconheçam diferenças de situação” (p.322) e 3. que “hoje em dia o natural não

existe mais como um reino autônomo de autodeterminação” (p.322).

Algumas respostas contundentes podem, de imediato, ser remetidas contra as interdições esboçadas por Mark Poster. Para começo de conversa, fica difícil aceitar, sem problemas, a afirmação de que tais conceitos e princípios perdem seu potencial crítico e de mobilização pelo simples motivo de terem sido forjados e desenvolvidos no Ocidente. Se tal “defeito de nascença” for real e tiver tanta potência, inclusive bloqueando a utilização da noção, então todos os conceitos e princípios políticos nascidos no Ocidente devem sofrer semelhante obstrução. Com isto, toda a política moderna estaria bloqueada, porque realizada com base em instituições construídas e nomeadas na modernidade ocidental. Noções como “estado-nação”, “parlamento”, “democracia”, “partidos”, dentre outras, não poderiam neste contexto ser sequer acionadas. A atual crise da política, entretanto, decorre muito mais da inadequação destas instituições, práticas e concepções políticas modernas às novas circunstâncias societárias inauguradas com a contemporaneidade, que a um “defeito de origem”. Este existe, não resta dúvida, marcando e expressando as limitações históricas (ocidentais) da política moderna, mas não impossibilitando que suas instituições, concepções e práticas possam adquirir alguma universalidade através da sua difusão e assimilação, sempre transformada, porque com adequações culturais, por sociedades não-ocidentais.

O próprio texto de Poster tem uma atitude não rigorosa e paradoxal neste aspecto. Por exemplo, o autor utiliza, sem qualquer questionamento, a noção de democracia, também ela marcada por sua origem ocidental. Não faria mal ao autor conhecer os argumentos desenvolvidos na famosa discussão acontecida no Brasil sobre o tema, consubstanciada, por exemplo, no instigante livro de Carlos Nelson Coutinho, denominado *A democracia como um valor universal*⁸. Certamente o texto teria muito a dizer ao autor.

A segunda interdição deixa exposta a fragilidade da noção de cidadania (não) trabalhada pelo autor. A carência

de uma visão processual de cidadania aparece com força. A constatação verdadeira de que “os princípios iluministas são insuficientes aqui porque passam depressa demais para o universal” (p.322) não pode servir para paralisar a noção de cidadania nesse momento iluminista. Mas a versão dura – e sem histórica – da idéia de cidadania inscrita na obra do autor impede tal superação. A dificuldade de Mark Poster com a historicidade do conceito fica patente quando ele faz o confronto com as teses de Balibar acerca de uma nova política de cidadania para a era global, exatamente por não querer reconhecer, algo caro a Balibar, o caráter contingente da construção da cidadania⁵. Sobre este assunto, Poster chega a escrever: “Mas, apesar do argumento de Balibar, imagino se o termo cidadão, por mais contingente que tenha sido, pode continuar a servir de signo do sujeito democratizante na conjuntura de hoje” (p.326). Mais uma vez, a cidadania encontra-se sob suspeita e a democracia – também ocidental – não merece nenhum questionamento.

Em uma versão processual – porque submetida aos conflitos, às complementações e às mutações decorrentes da história – a noção de cidadania, apesar de sua origem iluminista, absorve na concretude de sua trajetória, inúmeros dados oriundos de outros horizontes sócio-imaginários, inclusive contrapostos às pretensões universalistas por demais rápidas do iluminismo. Nesta perspectiva, a exigência de conjugar universalidade e diferença, formulada por Poster, pode ser incorporada por uma noção em movimento de cidadania, como se verá adiante, ainda que tal agregação não esteja imune a questões relevantes que devem ser enfrentadas de modo pertinente e rigoroso.

A terceira interdição aplica-se apenas às construções acerca dos direitos que buscam um alicerce argumentativo na natureza, inclusive humana. Certamente uma formulação processual de cidadania, que recorre e está densamente instalado no contingente da história e da cultura, não pode ser alvo de tal crítica.

O texto de Mark Poster trata e problematiza de modo interessante a vital questão da cidadania em um mundo per-

passado pela globalização e ambientado pela comunicação. Ele reconhece tais processos como contextos culturais de grande impacto na discussão da política e da pertinência ou não de se acionar a noção de cidadania para desenvolver uma política adequada ao novo tempo que se vive. O autor anota não só a importância de tais processos, mas vai adiante. Com relação à mídia, por exemplo, Mark destaca a comunicação com capuz de introduzir importantes mutações na política e, citando a inspiração de Marshall McLuhan, acertadamente afirma que tais transformações não derivam apenas dos efeitos dos conteúdos veiculados pelas mídias, mas decorrem “das profundas mudanças culturais e sociais subseqüentes aos meios de comunicação” (p.332).

Apesar do interessante itinerário percorrido, o autor não consegue tirar todas as conseqüências da presença tentacular da mídia, como a inauguração de uma nova dimensão da sociabilidade humana, conformada a partir de um novo espaço eletrônico e social, no qual acontece a vivência humana.

Mas a fragilidade de sua conceituação ahistórica de cidadania interdita que ele acompanhe a trajetória mutante da noção, sua capacidade de acolher novos conteúdos, através de uma inscrição concreta na história, mantendo-se aberta às demandas de novos tempos e espaços, inclusive aqueles reconfigurados pela globalização, efetuada que sob a égide do capitalismo, e pela ambiência comunicacional, característica da situação de Idade Mídia, ambas acontecendo através de um processo acentuatadamente desigual de desenvolvimento.

Terminada esta viagem crítica através das reflexões esboçadas por autores atuais e suspensa a interdição acerca da vigência atual da noção de cidadania, será necessário traçar um quadro mais abrangente dos possíveis desafios para a construção da cidadania hoje, que permita, em um movimento seguinte, rever a noção de cidadania e com ela, então atualizada, empreender uma discussão consistente das interações entre cidadania, comunicação e cultura nos tempos e espaços contemporâneos.

A situação verdadeiramente problemática da cidadania hoje fica patente através da rápida constatação do descompasso socialmente existente, por vezes perigosamente pronunciado, entre a definição formal de cidadania e sua prática efetivamente realizada. Tal descompasso apresenta intensas variações a depender dos espaços e tempos determinados.

Um conjunto histórico de interdições tem dificultado, desde a modernidade, sobretudo a tradução da cidadania formal em real, com a efetividade da cidadania, dos direitos e deveres que estão implicados na noção. A contemporaneidade parece muitas vezes agravar ainda mais tal situação. Cabe então, ainda que sinteticamente, destacar alguns desses obstáculos sociais e contemporâneas à realização da cidadania em plenitude.

As desigualdades sociais, para lembrar de imediato talvez o mais significativo destes constrangimentos societários, cria um fosso bastante acentuado entre a definição formal do conceito e a sua prática real nas sociedades humanas singulares. A desigualdade social intensa, não resta dúvida, aparece como um dos maiores perigos para a realização plena da cidadania. O Brasil, com sua imoral concentração de renda e desigualdade social, torna-se emblemático neste aspecto. Sem a superação de tais flagelos fica difícil imaginar que possa se ter no país uma realização ampla e satisfatória da cidadania. Tal questão torna-se central no Brasil, em especial, no atual momento político vivido pela nação.

Outro risco indiscutível: a concentrações de poder, de qualquer tipo, pois a efetividade da cidadania requer uma necessária socialização do poder, através da qual o cidadão passe a possuir e possa exercer uma parcela de poder e de interferência na vida social. A tendência à concentração de poder presente na contemporaneidade está expressa, em especial, nas poderosas instituições supranacionais, tais como os gigantescos blocos regionais em constituição e os enormes conglomerados multinacionais, em um momento de largas fusões empresariais. Não resta dúvida, que o modelo

atualmente vigente de globalização atua como uma fabulosa engrenagem de concentração de poder.

O processo de globalização realmente existente, além de enfatizar um modo de realização que produz intensas concentrações de poder e desigualdades entre os povos, traz em sua novidade – a presença do global e do local como estoques que marcam insistentemente o cotidiano e colocam em xeque o lugar do estado-nação – um potencial não desprezível de questionamento da noção de cidadania que, pensada como universal, foi, entretanto, conquistada em efetividade através da mobilização da sociedade civil instalada nos espaços nacionais e teve seu reconhecimento formal, jurídico inclusive, e real acontecido no âmbito e pelo estado-nação. A questão da adequação de uma noção instituída em um horizonte marcadamente nacional, ainda que se proclame como noção universal, a uma nova situação histórica caracterizada pelo globalismo, aparece como um dos problemas mais significativos do debate em torno do presente e do futuro da cidadania.

A reconfiguração societária de pronunciada feição supranacional reivindica, por conseguinte, a formulação e a efetivação de um direito supranacional, que contemple e dê substância a uma **cidadania planetária**. A não realização desse novo patamar, que atualizaria a noção e o exercício da cidadania, representa um substantivo bloqueio ao desenvolvimento da cidadania no mundo contemporâneo.

Um outro impasse ronda a atualidade e a realização plena da cidadania. A emergência de uma situação de Idade Mídia, com uma sociedade em rede e ambientada pela comunicação, faz surgir um novo tipo de espaço, quase imaterial, o eletrônico. Tal espaço de novo tipo que exige inclusive uma revisão da antiga colagem, sem mais, entre a noção de espaço e de território. Este espaço mescla-se ao geográfico conformando a singular vivência da contemporaneidade, caracterizada pela mestiçagem não só do global e do local, mas das convivências e televivências, entendidas como vivências à distância. Impossível mesmo pensar a situação de contemporaneidade sem compreendê-la como viabilizada

pela hibridização cotidiana entre os espaços geográficos e os eletrônicos em rede.

Acontece que tal espaço eletrônico, do mesmo modo que as instituições e práticas, em especial políticas, de conformação supranacionais, não estão submetidos ainda a um conjunto de legislações democráticas, seja nos seus lugares nacionais, seja nos seus ambientes supranacionais. Sem legislação democrática não existe garantia de cidadania, mesmo no plano formal, quanto mais em uma dimensão real. Impõe-se, portanto, que a cidadania se atualize também neste caso, assegurando a existência formal e real de uma **cidadania eletrônica** (ou virtual), através da qual esteja completada a possibilidade dos seres sociais terem acesso e habitarem tal espaço, momento essencial da sociabilidade contemporânea.

Sem a superação desses obstáculos – desigualdade social e concentração de poder – e sem essas atualizações – formuladas aqui como **direito à cidadania planetária e direito à cidadania eletrônica ou virtual**, ou melhor, ao acesso, circulação e habitação do espaço midiático – dificilmente pode-se falar com seriedade na atualidade em uma realização plena da cidadania hoje.

Antes de empreender uma análise mais precisa das conexões entre cidadania, comunicação e cultura, deve-se realizar uma visita à noção de cidadania, buscando dar maior consistência ao estudo daqueles enlaces essenciais pensar o contemporâneo.

POR UMA NOÇÃO ATUALIZADA E ATUALIZÁVEL DE CIDADANIA

A idéia moderna de cidadania tem seu marco inaugural na Revolução Francesa e na Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão. Ela está inscrita em uma cultura nova, em processo de formação, sob a inspiração do capitalismo, também ele uma nova formação societária em implantação. Nessa perspectiva, a cidadania moderna, em seu momento inicial, absorve e expressa os traços cada vez mais fortes de

secularização e individuação presentes naquela modernidade sócio-econômica, política e cultural. Não por acaso, a cidadania moderna nasce com o reconhecimento de que o homem, considerado um ser universal, possui direitos individuais ou civis.

Cabe acionar a pioneira e preciosa teoria de cidadania de Thomas H. Marshall, esboçada em 1949, para poder observar com precisão a trajetória histórica e conceitual da cidadania moderna e depois contemporânea. Thomas H. Marshall, em sua teoria já clássica, propõe uma não menos famosa definição de cidadania como direito a ter direitos⁶. Assim, a cidadania pode e deve ser pensada como um processo, que em sua historicidade, vai adquirindo uma substância sempre renovada em sua interação com a história da sociedade moderna e contemporânea.

Formular a cidadania como reconhecimento do direito a ter direitos possibilita entendê-la como noção em movimento, aberta a produção de sentidos, através de um processo de incorporação potencial de novos direitos e deveres, sempre acontecido em ambientes sócio-históricos determinados, com suas possibilidades e constrangimentos. Com isto, pode-se propor que uma noção atualizada de cidadania deve incorporar diversas gerações de direitos e deveres, com sugerem alguns autores atuais.

De acordo com Liszt Vieira, por exemplo, pode-se falar em direitos individuais ou civis, que florescem a partir do século XVIII e inauguram mesmo a noção de cidadania; em direitos políticos – como, por exemplo, o sufrágio universal e os direitos de livre organização sindical e partidária – que afloram no século XIX; em direitos sociais – como a legislação trabalhista, o direito à educação e à saúde – que se conformam no século XX e, por fim, os direitos culturais, que surgem com força na virada do século XX para o XXI⁷. Dentre estes direitos, de última geração, podem ser destacados os direitos ambientais e aqueles vinculados ao respeito às diversidades culturais, sejam elas, por exemplo, de minorias sociais, de orientação sexual, de nacionalidades, de religiosidades etc. e quiçá novos direitos em processo de constituição, como

os direitos à cidadania planetária, em espaços globais, e à cidadania midiática, em espaços eletrônicos.

Pelo exposto, pode-se concluir que a cidadania contemporânea como categoria que não deve ser aprisionada a um momento histórico particular – modernidade capitalista – ou a um horizonte teórico-ideológico singular – o iluminismo, mas se apresenta como um processo inacabado, posto que, em sua permanente interação com as transformações societárias, vem sempre adquirindo novos conteúdos. A dinâmica de agregação de novos direitos e também deveres institui a cidadania como um processo político e cultural aberto que se realiza na história, em meio as suas circunstâncias, às possibilidades em aberto e aos constrangimentos determinados.

CONTEMPORANEIDADE E EXISTÊNCIA PÚBLICA

Os desafios colocados pela contemporaneidade, em especial aqueles consubstanciados pela globalização e pelo espaço eletrônico em rede, aliás com essenciais interfaces entre eles, apontam, sem mais, para a singularidade da sociabilidade contemporânea, para um arranjo societário no qual a experiência social passa a ser vivida, como já foi antes anunciada rapidamente: 1. como mestiçagem de espaços geográficos e eletrônicos, conectados em rede através das potencialidades inscritas nas diferentes mídias, com destaque para as televisões por assinatura e Internet; 2. como hibridização de convivências – vivências em presença – e televivências – vivências à distância possibilitada por redes tecnológicas; 3. como conjugação de estoques culturais locais e globais, tão bem sintetizados na expressão glocal; enfim, 4. como uma singular e inovadora realidade composta e complexa, porque reunindo a cada instante a realidade contígua, delimitada pelo entorno dos atores sociais, e a telerrealidade, pensada como realidade possibilitada e conformada através de aparatos sócio-tecnológicos de produção e distribuição de signos na contemporaneidade. Tal conjunto de compostos configura a singularidade da experiência e da sociabilidade contemporâneas: vive-se hoje em tempo real e em espaço planetário, como nunca havia acontecido antes.

Na nova circunstância societária, a existência social e, em especial, pública não é mais apenas uma decorrência natural e imediatamente assimilável à existência física, como ocorria em situações pretéritas. A existência física apresenta-se como um passaporte necessário, mas não suficiente na atualidade para a existência pública dos entes sociais, sejam eles individuais ou coletivos. Além da existência física em espaços geográficos torna-se imprescindível, para um ente adquirir existência pública, que ele tenha acesso, que ele circule e mesmo que ele habite cotidianamente o espaço eletrônico em rede. Somente assim na sociabilidade atual pode ser assegurada existência pública aos entes sociais.

A globalização intensifica esta demanda, pois exige seres sociais que sejam públicos em um horizonte planetário, descolando os dispositivos de publicização ainda mais daqueles pertinentes aos registros locais. Com a globalidade a produção do público está associada, mais do que nunca, a existência virtual dos atores sociais em redes eletrônicas mundiais.

Se antes, em uma situação de dominância do espaço geográfico e local, a comunicação interpessoal garantia, de imediato, a existência pública, agora, na era do sensacional avanço do espaço eletrônico em rede e global, a comunicação deve sofrer uma necessária transmutação. Com a patente insuficiência da comunicação interpessoal para resolver satisfatoriamente o problema, socialmente colocado, da publicização na sociedade contemporânea, nasce uma significativa demanda social por outras modalidades e dispositivos comunicacionais. A comunicação, como a sociedade, torna-se complexa, adquirindo uma outra dimensão, aqui denominada de midiática, que se reúne à velha comunicação interpessoal, para tornar possível a existência pública em uma sociabilidade complexa.

Uma das marcas registradas da comunicação midiática, realizada através de tentaculares instituições sócio-tecnológicas, na contemporaneidade, sem dúvida, apresenta-se como a conformação de um espaço singular, em larga medida, desmaterializado e sem território. Tal espaço, sócio-tecnolo-

gicamente construído, toma a forma de uma rede tentacular envolvente que permeia e ambienta o mundo atual, em especial, os países mais desenvolvidos e as cidades-metrópoles, situadas mesmo em países subdesenvolvidos.

Assim, a comunicação não se caracteriza hoje só como informação transmitida, mas como espaço específico; como dimensão da sociabilidade contemporânea; como ambiente de produção de cultura; como arena estratégica da luta política nos dias de hoje e como componente sócio-tecnológico imprescindível da globalização. Em síntese, a comunicação midiática e seu espaço eletrônico em rede são momentos essenciais do processo de globalização em curso na contemporaneidade e só como tais podem ser rigorosamente compreendidos.

CIDADANIAS PLANETÁRIA E ELETRÔNICA E DIREITO À COMUNICAÇÃO

Após viajar e descortinar esta nova circunstância social e comunicacional pode-se, com rigor, propor que a existência pública – entendida agora dentro do novo enquadramento diferenciado com os dispositivos sócio-tecnológicos que requer – como um novo direito a ser agregado, formal e socialmente, à noção contemporânea de cidadania.

Retomando o momento inicial do texto, caberia reconhecer que a comunicação ao transmitir informações, sem dúvida, aparece como um dos requisitos essenciais para a realização da cidadania, desde a modernidade, e para a concretização de uma cultura política democrática, pois sem informação livre, plural e disponível, sem um conhecimento consistente do mundo e de seus assuntos, fica inviável a constituição de opiniões legítimas e independentes, porque equacionando interesses e conhecimento; a tomada de decisões genuínas e democráticas, porque orientadas pelo interesse público; a construção de uma segura cultura política com base em valores democráticos; enfim, o exercício satisfatório da cidadania.

Mas – e isto se impõe como essencial para o itinerário

argumentativo desenvolvido neste texto – a informação, livre e plena, apesar de ser sempre imprescindível à cidadania e à democracia, não pode ser tomada e considerada como a única dimensão da comunicação que, na sociedade atual, guarda uma importância vital para a cidadania. Nem mesmo o direito à (livre) informação pode ser tomado hoje como suficiente para a cidadania.

Conforme já foi assinalado no texto, na nova circunstância societária acontecem relevantes mutações nas configurações sócio-tecnológicas assumidas pela construção dos processos de existência pública dos entes políticos e sociais. Desnecessário argumentar que a cidadania para se realizar pressupõe um grau imprescindível de publicização, seja porque os direitos têm que ser reconhecidos e respeitados publicamente, seja porque os cidadãos tem que ser atores públicos que exercem seus direitos e deveres em público.

Assim, a comunicação, enquanto espaço, inclusive socialmente existente, que possibilita a publicização passa a ter um lugar essencial para a cidadania na atualidade. Sem a publicização possibilitada pela comunicação, inclusive e principalmente mediatizada, a existência pública dos entes políticos fica colocada em xeque e, por conseguinte, a cidadania entra em colapso, posto que não pode se constituir e realizar.

A cidadania, neste contexto, está a requerer um novo direito a ser agregado, como os respectivos deveres, ao leque de direitos, que historicamente vêm sendo integrados e associados, processualmente, à noção de cidadania. Tal direito, aqui denominado de direito à comunicação, deve assegurar aos cidadãos o acesso, a circulação, a habitação, livre e plural, e até mesmo a proteção, com relação ao espaço eletrônico em rede que hoje é condição de existência pública em um mundo globalizado. Em síntese, o direito à comunicação pode ser formulado como direito à existência social no mundo atual.

O direito à comunicação torna-se hoje vital para o exercício da cidadania. Ele reúne e permite a concretização de dois tipos distintos de cidadania, ambos como se viu demandados pela contemporaneidade: a cidadania planetária e a cidadania

midiática. A formulação do direito à comunicação, certamente muito mais abrangente que o direito à (livre) informação, e mais que isto sua concretização através da luta política aparecem como condição para democratizar a comunicação e a informação, enquanto campo de poder, e, principalmente, para realizar a própria democracia na sociedade. Sem isto, a cidadania não se atualiza, nem pode ser exercida plenamente na contemporaneidade.

Aliás, nestes tempos e espaços estão inscritos os vitais desafios contemporâneos de realização da cidadania e da democracia, como propõe este texto. Ou elas se fazem também planetárias, porque tornadas possíveis nos espaços e instituições supranacionais, e midiáticas, porque tornadas possíveis em espaços eletrônicos, em especial, em rede, ou a cidadania e a democracia, então bloqueadas, perdem a sua condição de atualidade. A cidadania deixa de ser direito a ter direitos em todas as dimensões sociais construídas pelo homem na sua errante aventura terrestre e a democracia deixa de governar as dimensões de sociabilidade mais singulares e marcantes da experiência humana que se pode denominar, em plenitude, de contemporânea.

NOTAS

¹ CASTELLS, Manóel. *The information age: economy, society and culture*, Cambridge, Blackwell Publishers Inc. 1996-1998 (três volumes).

² Para uma discussão mais detalhada da noção de Idade Mídia, consultar: RUBIM, Antonio Albino Canelas. La contemporaneidad como edad-media. In: LOPES, Maria Immacolata e NAVARRO, Raul (orgs.) *Comunicación. Campo y objeto de estudio*. México, ITESO, 2001, p.169-181.

³ BAUDRILLARD, Jean apud POSTER, Mark. Cidadania, mídia digital e globalização. In: MORAES, Denis de (org.) *Por uma outra comunicação. Mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro, Record, 2003, p.315.

⁴ Ver: COUTINHO, Carlos Nelson. *A democracia como valor universal*. São Paulo, Ciências Humanas, 1980.

⁵ BALIBAR, Etienne. Citizen subject. In: CADAVA, E.; CONNOR, P. e NANCY, J-L. (orgs.) *Who comes after the subject?* Nova York, Routledge, 1991, p.33-57.

⁶ MARSHALL, Thomas H. *Cidadania, classe social e status*. Rio de Janeiro, Zahar Editores, 1967.

⁷ VIEIRA, Lizst. *Cidadania e globalização*. Rio de Janeiro, Record, 1997 e VIEIRA, Lizst. Notas sobre o conceito de cidadania. In: *BIB. Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais*. São Paulo (51):35-47, primeiro semestre de 2001.

NOTAS

CAPITAL ESTRANGEIRO NA MÍDIA BRASILEIRA: NEM SALVAÇÃO NEM AMEAÇA

Carlos Eduardo Lins da Silva*

Embora ainda dependa de regulamentações, cuja aprovação pode demorar meses, o projeto de emenda constitucional que abre a possibilidade de entrada do capital estrangeiro nas empresas proprietárias de meios de comunicação de massa coloca o Brasil na linha de frente do processo de globalização da indústria cultural, atividade em que o país – graças a alguns produtos específicos, entre eles filmes, telenovelas e música popular – teve em determinados momentos históricos alguma relevância internacional. Levou sete anos para a emenda ser aprovada e as muitas dúvidas pendentes sobre a regulamentação ainda retardará o início da possibilidade de aporte de capitais estrangeiros. Mas a reforma da Constituição marca o fim de uma era da história da indústria cultural brasileira e o início de sua efetiva integração ao mundo, para o bem e para o mal.

A indústria cultural tem passado por substanciais alterações de perfil nos últimos dez anos. A concentração de empresas do setor em conglomerados que se tornam cada vez maiores fez desaparecer marcas emblemáticas, que durante décadas povoaram o imaginário coletivo do consumidor de informações e entretenimento, como Paramount, RCA, Motown, ABC, Warner Brothers, 20th Century Fox e muitos outros. Se há algumas décadas analistas já se preocupavam com a diminuição na oferta de títulos de jornais em países como os Estados Unidos, a situação atual provoca receios

* *Diretor-adjunto de Redação do jornal Valor Econômico. Doutor e livre-docente em Comunicação pela Universidade de São Paulo. Mestre em Comunicação pela Michigan State University. Ex-professor da Universidade de São Paulo (Brasil) e da Georgetown University (Estados Unidos). Na Folha de S. Paulo, foi diretor-adjunto de Redação, diretor de Planejamento e Recursos Humanos e correspondente em Washington.*

ainda maiores de uma possível monopolização informativa global.

Sucessivas fusões criaram gigantes com receita publicitária de cada um deles, individualmente, muitas vezes superior a todo o mercado brasileiro do setor. O grupo AOL/Time Warner/CNN, por exemplo, fatura anualmente em torno de US\$ 37 bilhões; o Walt Disney/ABC-Capitol/ESPN/Fox Family, US\$ 30 bilhões (todos os gastos com publicidade no Brasil estão na casa dos US\$ 6 bilhões anuais).

Esse modelo de concentração do controle dos meios, que supera fronteiras nacionais, se caracteriza também pelo fato de trazer consigo uma inédita convergência de atividades e tipos de comunicação e meios de distribuição. Assim, por exemplo, um só grupo empresarial detém não apenas a propriedade de jornais, revistas, emissoras de TV e rádio, produtoras de filmes, gravadoras, parques de diversão, agências de publicidade e relações-públicas, mas também de redes de cabo, satélites de comunicação, distribuidoras de filmes, lojas de aluguel e venda de vídeo, DVD e videogames, portais de internet e sistemas de telecomunicação. Essa simbiose entre produção de conteúdo e distribuição de conteúdo, justificada pela possibilidade de maior exploração da economia de escala, provoca incômodos em muitos observadores, que a consideram potencialmente deletéria para a saúde política das democracias.

Os obstáculos legais que impediam esse tipo de situação têm caído não só no Brasil, mas em todos os países do mundo. O monopólio público sobre os meios de comunicação eletrônicos que vigorava na Europa caiu durante a onda conservadora que veio com a primeira eleição de Margaret Thatcher na Inglaterra; o modelo de monopólio estatal dos regimes socialistas caiu junto com o Muro de Berlim em toda Europa Oriental e sobrevive apenas em Cuba, China e Coréia do Norte; nos EUA, a cada ano, tanto em governos do Partido Democrata como do Partido Republicano, têm sido derrubadas mais restrições que impediam a propriedade cruzada dos meios de comunicação, leis que vigoram durante oito décadas com o propósito de

garantir a máxima diversidade possível na emissão de informações ao público.

É verdade que esse panorama está longe de ser monócórdio e livre de contradições, já que, ao mesmo tempo em que tal concentração ocorre, as novas tecnologias de informação permitem uma multiplicidade sem precedentes de fontes de informação para o público. A TV por assinatura (cabo ou satélite) ampliou o número de canais de TV disponíveis para o público de pouco mais de uma dezena para centenas (que são capazes de atender a interesses específicos de segmentos demográficos e culturais da população antes impossíveis de serem atendidos pelo meio televisivo e, pelo menos em possibilidade, garante acesso mais democrático a um veículo antes exclusivo de poderosas empresas ou do Estado); a internet dá a chance, literalmente, para que cada pessoa se transforme num veículo de comunicação de massa; nunca houve tantas alternativas especializadas na oferta de revistas e emissoras de rádio. Mas é evidente que o poder relativo desses meios é muito menor que o dos grandes conglomerados.

Em algumas sociedades, a situação chega a ser ainda mais dramática, quando donos de alguns desses grandes grupos resolvem incursionar na vida política e conseguem chegar ao poder, como ocorreu com Silvio Berlusconi, na Itália, país em que os meios de comunicação estatais são ainda muito importantes em termos de audiência e prestígio. Berlusconi, como primeiro-ministro e proprietário do maior conglomerado de mídia do país, passou a ter um poder sem comparação na história italiana de fazer chegar à maioria absoluta da população informações, diversão e opiniões. Coisa parecida poderia ter ocorrido na Venezuela com Gustavo Cisneros se o golpe de Estado contra o presidente Hugo Chávez tivesse dado certo em 2002. Ou no Brasil, se tivessem prosperado as duas tentativas (em 1989 e 2002) de fazer o empresário Silvio Santos candidato à Presidência da República e se ele tivesse se eleito.

De outro lado, a condição multinacional de muitas das empresas de comunicação fazem de seus proprietários,

como o australiano Rupert Murdoch, do grupo Fox, ou o próprio Cisneros, que é dono de uma das mais importantes redes hispânicas de TV nos Estados Unidos, ou mesmo o brasileiro Roberto Marinho, do grupo Globo, que tem sua programação exibida com destaque em Portugal, quase toda a América Latina, Europa e China, verdadeiros atores mundiais no panorama cultural e dos negócios.

Uma das palavras-chaves nesse novo ambiente de mídia passou a ser sinergia. As implicações são das mais diversas ordens, desde a vida profissional do produtor de informações (um só jornalista pode passar a produzir material sobre um mesmo assunto para serviço de internet em tempo real, jornal, rádio, TV e outros veículos) até o conteúdo veiculado (um grupo que tem um parque de diversões, por exemplo, pode divulgar as novidades a seu respeito em jornais, revistas, emissoras de rádio e TV do grupo).

As conseqüências de ordem ética são evidentes. De um lado, por exemplo, surge a questão da capacidade do profissional produzir informação em diversos formatos, além da dúvida sobre se é possível remunerar uma só pessoa pelo trabalho antes executado por cinco ou seis colegas (há situações reais em que o repórter que vai à rua para uma cobertura, além de escrever a notícia para quatro diferentes meios, ter ainda de ser seu próprio câmera e fotógrafo). Essa situação já causou diversos problemas em importantes veículos de comunicação, como a rede CNN de TV, em que muitos jornalistas de destaque renunciaram por não concordarem com a nova realidade sinérgica.

De outro lado, há o problema da isenção jornalística de quem tem de acompanhar atividades empresariais do mesmo grupo que o emprega. Um exemplo concreto e real. Logo depois de ter sido comprada pela Disney, a emissora da região de Washington da rede ABC de televisão teve de se defrontar com a cobertura de uma polêmica que ganhou grande atenção de uma comunidade do Estado de Virgínia, nas imediações da capital americana. A Disney se preparava para comprar uma gigantesca área nas proximidades do vale de Shennandoah, onde haviam ocorrido importantes batalhas

durante a Guerra Civil, com o objetivo de ali construir um parque temático sobre a história dos Estados Unidos.

Os moradores do local se dividiram entre os partidários e os opositores do projeto. Havia a consideração de que a área poderia passar por um processo de desenvolvimento e progresso econômico similar ao que transformou a região de Orlando depois da instalação ali da Disney World. Mas também a de que a paz e tranquilidade desfrutadas pelos seus habitantes provavelmente seriam perdidas. Acadêmicos e historiadores ainda questionavam com vigor a conveniência de permitir que se tratasse num parque de diversões de assuntos da seriedade da Guerra Civil Americana.

O fato é que a tradição jornalística do Canal 7 de Washington, de independência e crítica, foi desafiada pela nova situação. O que os telespectadores puderam testemunhar foi uma cobertura tímida em abrangência e discretamente simpática ao projeto do parque da Disney (que, afinal, acabou não se concretizando, entre outros motivos porque o grupo achou melhor evitar a controvérsia, que se avolumava, apesar da convivência da emissora local da rede ABC).

Outra questão complicada que se coloca diante deste novo quadro é a intersecção entre entretenimento e jornalismo. Não apenas em episódios como o acima relatado, mas também na crescente espetacularização da notícia e da proeminência da diversão, que se revela, por exemplo, na condução de modelos ou atrizes à condição de âncora de telejornais ou na substituição de repórteres e comentaristas sérios (como Ted Koppel, da rede ABC) por showmen (como David Letterman, da NBC, que por um triz não foi contratado pela concorrente pertencente ao grupo Disney exatamente para o lugar do responsável pelo excelente programa "Nightline").

O novo modelo está longe de não enfrentar seus próprios problemas. Algumas de mais ousadas transformações que seus pioneiros tentaram implementar simplesmente não deram certo. Por exemplo, a derrubada das barreiras que historicamente separam Redação de Publicidade nos veículos jornalísticos. Durante os anos 90, o jornal "The Los Angeles Times" experimentou a audaciosa teoria de fazer das editorias

do diário unidades de negócio, com um só responsável tanto pelo conteúdo veiculado quanto pelo faturamento publicitário. Durante alguns anos, pareceu que se estava estabelecendo um modelo vitorioso, à medida que o jornal conseguia sair de um atoleiro de déficits.

Mas o naufrágio veio quando a revista dominical do "Times", em 1999, publicou uma edição especial totalmente dedicada a um novo ginásio de esportes e centro de convenções que se inaugurava na cidade (o Staples Center), sem avisar aos leitores que todas as despesas daquele número estavam sendo pagas pelo próprio Staples Center. O incidente provocou uma rebelião editorial, capitaneada pelo acionista majoritário e ex-editor-chefe do jornal, que estava aposentado, resultando na demissão de todos os capitães da revolução sinérgica no jornal.

Outra dificuldade é conseqüência da explosão da bolha informática. Vários dos novos oligopólios da comunicação, como o AOL/Time Warner/CNN, são liderados por empresas que inflaram durante o boom da Nova Economia, e que depois passaram a enfrentar as duras realidades do mercado. Os velhos meios de comunicação, apesar de sua margem de lucratividade tradicionalmente modesta para os padrões da indústria tradicional e principalmente dos gigantes da internet, passaram a ser o esteio desses conglomerados, que viram o valor de suas ações despencar durante os anos de 2001 e 2002, fazendo com que muitos até temessem pela sua sobrevivência. Houve, com certeza, uma inflação de expectativas que, ao não se realizarem, viraram uma montanha de frustrações.

Nesse contexto, a abertura ao capital estrangeiro nos meios de comunicação brasileiros precisa ser analisada com ponderação. Os apocalípticos estão prontos para vaticinar o fim da cultura nacional, a absorção do Brasil pelo ímã unipolar americano, ameaças inexoráveis à estabilidade democrática. Os integrados estão dispostos a prever a integração definitiva do país na modernidade, a profissionalização dos meios de comunicação e a melhora acentuada do nível de qualidade técnica de seu conteúdo.

Como sempre, o mais provável é que nenhum dos dois cenários extremos se concretize. Em primeiro lugar, é necessário colocar na sua devida proporção a importância relativa do mercado de mídia brasileira, como já visto antes, uma pequeníssima fração do mundial. Em segundo lugar, não se deve deixar de levar em conta que os grandes oligopólios, como também já se ressaltou, estão atravessando suas próprias dificuldades, que com certeza limitam a sua possibilidade de investimento, ainda mais em mercados de risco, como é o caso do Brasil. Finalmente, sempre é preciso considerar que as taxas de retorno do negócio da comunicação são muito baixas para atrair o interesse de investidores interessados em grandes lucros rápidos.

Claro que deverá haver os que se interessem pelos meios de comunicação como um caminho para a obtenção de espaço para exercer mais influência política e, com ela, talvez viabilizar outros tipos de negócios de maior lucratividade. Nesse sentido, o ponto da emenda constitucional mais importante em termos de futuras conseqüências, talvez seja não a que permite a entrada de capital estrangeiro, mas sim a que desobriga (como a Constituição determinava) que o controle dos meios de comunicação devesse permanecer com pessoas físicas. A possibilidade de investidores brasileiros (que terão mais interesses políticos a defender e mais anseios de exercer influência política e social que os estrangeiros) entrarem no negócio dos meios de comunicação pode ser o principal resultado da emenda 222.

Mesmo que ocorra alguma inversão de capital externo na mídia nacional, é preciso cautela em relação a suas possíveis conseqüências. Por exemplo: nunca é demais lembrar que os meios de comunicação brasileiros jamais estiveram ilhados em relação à produção cultural do restante do mundo. O Brasil nunca foi a Albânia. Embora a propriedade dos veículos estivesse nas mãos de brasileiros natos, o conteúdo da TV, do rádio, dos jornais, das revistas e dos cinemas sempre contou com grande presença internacional. As agências de publicidade já estão ligadas ou pertencem a estrangeiros há muito tempo. Nem por isso a cultura brasileira deixou

de sobreviver, embora – é claro e inevitável – tenha sofrido transformações devidas à influência estrangeira. Essa presença de conteúdo de outros países não impediu que a mídia brasileira tenha até criado gêneros próprios, distintivos, como a telenovela, que acabou por criar admiradores no mundo inteiro. Nem que a bossa-nova tenha influenciado a música popular em diversos países centrais do capitalismo, como os EUA. Nem que a publicidade brasileira recebesse diversos prêmios internacionais e fosse reconhecida como criadora de um estilo peculiar. Pouco poderá se acrescentar, em termos de conteúdo, ao que já se tem de globalização na mídia brasileira. E não há nenhum sinal de que a cultura nacional venha a ser colocada sob ameaça de extinção por causa disso.

O Brasil é uma nação que, entre as de seu grupo no cenário geopolítico mundial (emergentes, em desenvolvimento ou como que se queira chamá-las) tem sido capaz de manter uma relativa autonomia em relação a superpotências, inclusive a única atual, os EUA. É altamente improvável que essa situação se altere por causa da eventual inversão de capitais estrangeiros na mídia. O interesse nacional em questões de comércio, o peso político específico do país devido a suas próprias condições geográficas, a tradição da diplomacia brasileira deverão ser contrapontos suficientes para afastar a possibilidade.

Quanto à democracia, pelo menos do ponto de vista institucional ela parece estar suficientemente consolidada no país e também não parece que aumentem significativamente os riscos de sua estabilidade por causa de possíveis efeitos resultantes da emenda constitucional 222.

Tampouco os devaneios dos que consideram o capital estrangeiro na mídia uma bênção devem se concretizar. A influência dos meios de comunicação estrangeiros sobre os brasileiros tem sido grande desde o seu surgimento no século 19 e o resultado tem sido uma cultura midiática tipicamente brasileira, que incorpora, absorve, reformula ou rechaça técnicas e valores específicos que vêm de outros países. Quanto à capacidade dos meios de comunicação ge-

rarem inovações em sociedades tradicionais, há suficiente literatura científica para demonstrar que ela existe, mas se dá por meio de processos lentos, contraditórios e extremamente complexos para justificar expectativas simplistas e imediatas de mudanças.

Quanto à questão mais geral das conseqüências amplas para o desempenho dos veículos de comunicação provocadas pelo novo modelo dos oligopólios, há diversas considerações a serem feitas para mitigar os receios – justificados – de que elas venham a se constituir em fator nefasto para a qualidade das relações sociais, seja no Brasil, nos Estados Unidos ou em qualquer outro país.

Em primeiro lugar, há que se dar algum crédito à lógica do capitalismo, segundo a qual o objetivo básico de uma empresa na área de comunicação – como em qualquer outra – é dar lucros. Numa sociedade de mercado, será lucrativo o veículo que for capaz de atingir um público-alvo expressivo do interesse de anunciantes que sejam capazes de pagar pela veiculação de sua publicidade quantia suficiente para viabilizar o negócio do veículo. Para ser aceito por tal público, o veículo precisa fornecer informações e opiniões relevantes. Para ser relevante, esse conteúdo deve ter credibilidade. Credibilidade se conquista com idoneidade, independência, isenção, diversificação de fontes respeitáveis, qualidade e atratividade na sua formatação. Em suma: o veículo para ser lucrativo precisa ser bom, crítico, imparcial. Assim, há de se esperar que – mesmo no quadro oligopolista atual – o qual, como demonstram os obstáculos que os grandes grupos vêm enfrentando, não tem sua eternidade garantida – os acionistas dos meios de comunicação de massa, independentemente de nacionalidade, origem ou convicção ideológica, vão preferir que seus produtos tenham boa qualidade.

Depois, não se pode minimizar a importância da tradição histórica da corporação dos profissionais de comunicação, em especial os jornalistas, que inclui uma grande dose de senso de responsabilidade social. Embora sejam um negócio, os meios de comunicação também desempenham uma função social relevante, que as pessoas que trabalham

neles reconhecem, respeitam e sabem ser motivo de orgulho para elas. Obviamente, não se pode generalizar nada quando se fala de grupos de pessoas em grande quantidade. Mas pode-se afirmar com relativo grau de confiança que os profissionais de comunicação se preocupam com os efeitos sociais e políticos do seu trabalho e procuram fazer o melhor que podem. Nessa medida, funcionam como poderoso contraponto a eventuais investidas contrárias ao interesse público e do público (aliás, como comprovou o já citado episódio com o jornal "The Los Angeles Times").

Há ainda o crescente movimento internacional em torno dos conceitos da responsabilidade social das empresas, que tem tido força quase avassaladora em muitas nações e que vem se expressando com vigor também no Brasil. Aumenta de modo significativo a consciência empresarial, entre acionistas e executivos, de que as empresas não podem se furtar às preocupações éticas em suas relações com o consumidor, a comunidade, o corpo de funcionários e o ambiente quando desenvolvem suas atividades e que a essas preocupações deve se submeter até a lógica da lucratividade.

Finalmente, as sociedades sabem se organizar para se defender quando são ameaçadas. A história está repleta de exemplos que comprovam essa hipótese. A cidadania sempre tenta se defender e, freqüentemente, o faz com sucesso. Sistemas de responsabilização da mídia têm sido montados em quase todos os países do mundo ao longo das últimas sete décadas: dos conselhos de imprensa aos ombudsmen, dos códigos de deontologia às leis de difamação. Há organizações não governamentais que editam publicações e sites de internet para monitorar o trabalho da mídia, sindicatos organizam comissões especiais com o mesmo objetivo, universidades treinam o público para torná-lo capaz de realizar uma leitura crítica do conteúdo veiculado, até setores progressistas da Igreja Católica têm se mobilizado com esse objetivo. Em suma: ao contrário do que muitos acham, o público não é uma ovelha indefesa diante do lobo mau da mídia todo-poderosa.

A Organização das Nações Unidas, por exemplo, está organizando para dezembro de 2003 uma conferência mun-

dial sobre as sociedades de informação, da qual participarão governos, empresários e representantes das organizações da sociedade civil planetária para negociar um modelo global de sociedade de informação, que com certeza contemplará muitas das dúvidas e angústias aqui brevemente expostas em relação ao presente estado de coisas no campo da comunicação de massa. A plataforma de temas definida para a discussão nessa conferência mundial inclui os direitos da cidadania, o acesso à informação, a questão da propriedade e controle, a governabilidade e a fiscalização, a diversidade e o pluralismo, os direitos de propriedade intelectual.

O Brasil estará representado com uma delegação de peso a essa conferência, o que certamente fará com que cheguem ao país muitas das ponderações que ali forem feitas.

No mesmo dia em que o Senado brasileiro aprovou a emenda constitucional que permite a entrada de capital estrangeiro na mídia nacional, também regulamentou e instituiu o Conselho de Comunicação Social, órgão consultivo, auxiliar ao Congresso Nacional e que, por lei, deveria ter sido empossado até abril de 1992. Por mais que se possa argumentar que esse Conselho tem fragilidades estruturais agravadas pela maneira pouco legítima com que seus primeiros integrantes foram escolhidos, não se pode deixar de considerar que sua simples existência já é um sinal relevante de vitalidade da sociedade civil no que se refere aos meios de comunicação e que o seu reconhecimento como interlocutor pelo Estado dá alguma garantia de que o processo amplo da comunicação de massa no país não se dará sem vigilância do público.

problemas, que volva a ser um problema. Um de los problemas é a relação entre o global e lo local no sistema atual. Este é o tema do debate. O debate é sobre o papel do movimento social na sociedade atual. O debate é sobre o papel do movimento social na sociedade atual. O debate é sobre o papel do movimento social na sociedade atual.

Segunda Parte

COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA, MOVIMENTOS SOCIAIS, CIDADANIA E DESENVOLVIMENTO LOCAL

GLOBALIZACIÓN O LOCALIZACIÓN HACIA UN ESPACIO DE IDENTIDAD CULTURAL

Jan Servaes*

En el estado actual del mundo, globalización y localización son consideradas como procesos interrelacionados y este hecho marca *un cambio radical en el pensamiento sobre cambio y desarrollo*. De manera potencial, se integran el pensamiento sobre la dependencia global, la teoría del sistema mundial y la teoría local, de base, interpretativa, participativa, así como la investigación sobre cambio social. Podrían integrarse también las teorías macro y micro. Por otra parte, este hecho marca también el surgimiento de una nueva serie de problemas, que son múltiples como veremos más adelante. Uno de los problemas centrales es que *la relación entre lo global y lo local* no siempre aparece claramente.

Los debates en el campo general de la 'comunicación internacional e intercultural' han cambiado de rumbo y se han ampliado. Han cambiado de rumbo en el sentido que actualmente se enfocan hacia temas relacionados con 'cultura global', 'cultura local', '(post)modernidad' y 'multiculturalismo' en sustitución de los temas anteriores como 'modernización', 'sincronización' e 'imperialismo cultural'. Con estas nuevas discusiones, los debates también han sustituido el énfasis sobre la homogeneidad por un *énfasis sobre las diferencias*. «La idea de una diversidad a posteriori posibilita una ruptura más radical en las condiciones actuales de la modernidad, pero no supone la homogeneización. Más bien busca nuevas formas de diferencia, algunas de ellas regionales, pero basadas cada vez más en diferencias sociales que difícilmente

*Presidente del European Consortium for Communications Research (ECCR). Vice-presidente de la Asociación Internacional de Estudios en Comunicación Social (AIECS). Director del Centro de Investigación Communicatuon for Social Change (CSC). Katholieke Universiteit Brussel (KUB), Vrijheidslaan, 17, B-1081 Bruselas, Bélgica.

pueden ser identificadas con diferencias espaciales» (Miller, 1995b:3). Nuevas formas de localismo y localidades, en donde se reconocen las diferencias culturales y sociales en el contexto de lo global, parecen surgir (ver por ejemplo Fardon, 1995; Featherstone, 1995; Lie, 2002 ; Strathern, 1995). Junto a esta opción por las diferencias y las localidades surge también un mayor interés por la relación entre lo global y lo local y por la percepción de lo global dentro de lo local.

Estas mismas discusiones también se han ampliado en el sentido que con este cambio *diferentes disciplinas han encontrado un interés común*. La antropología, los estudios de la comunicación y los estudios culturales parecen estar interesados en los mismos fenómenos de 'globalización y localización culturales en relación con la comunicación'. Además, impulsada por las tendencias de la globalización económica, la discusión sobre los enfoques 'bottom-up' en el campo de la comunicación intercultural participativa comparte su interés con la discusión sobre localismo, 'localidad' y comunidad en la teoría de la globalización cultural y la del sistema mundial. Esto último es particularmente cierto con respecto a su 'nuevo' interés por la localización como aspecto interconectado con la globalización. De esta manera, lo local ha encontrado su lugar dentro de una perspectiva más amplia, global.

Los *antropólogos* Arjun Appadurai, Jonathan Friedman y Ulf Hannerz, por ejemplo, trabajan todos con base en la teoría de los sistemas mundiales y, como dicen Staring, Van der Land, Tak& Kalb, ellos vuelven esta teoría 'culturalmente sensible' (1997:10). Además, «están fuertemente comprometidos con... una antropología global que considera las localidades y las regiones como formando parte de relaciones humanas más amplias y efectivamente globales» (1997: 12). Este *compromiso local/global* también se encuentra en la mayor parte del trabajo de Daniel Miller (por ejemplo, 1995b), así como en la obra de *lingüistas socio-culturales* (por ejemplo, Buell, 1994; Robbins, 1999), *economistas políticos con intereses culturales* (Axford, 1995), y *sociólogos* tales como Mike Featherstone (1990, 1995), Anthony Gid-

dens (1990, 1994, 1999), Robert Holton (1998), Scott Lash & John Urry (1994), Roland Robertson (1992, 1995), Anthony Smith (1990, 1991, 1992, 1995) y Tony Spytbey (1996). Todos ellos participan de manera inovadora y por consiguiente fundamental en las nuevas discusiones globales/locales. Se encuentran resúmenes de las obras de algunos de estos investigadores sociólogos en *Globalization*, un libro de Ideas Claves de Routledge, escrito por Malcom Waters en 1995. Además, Mark Alleyne (1995), Cees Hamelink (1994a&b), William Martin (1995) y Hamid Mowlana (1996,1997) son investigadores claves en el campo de los *estudios de comunicación internacional (global)*; Sandra Braman (1996), Annabelle Sreberny-Mohammadi (1991, 1997) y sobre todo John Tomlinson (1994a,b, 1996, 1997, 1999) en el campo más específico de los *estudios de comunicación globales/locales culturales*; Thomas Jacobson & Jan Servaes (1999) y Shirley White (1994) en el campo de los *estudios de comunicación globales/locales participativos*; Howes (1996), de nuevo John Urry (1990, 1995), y también de nuevo Daniel Miller (1995b, 1998a,b) en el campo de los *estudios globales/locales sobre el consumo*, y Mariele De Mooij (1998) y Jean-Claude Usunier (1996) en el campo más específico del *marketing global/local intercultural*; Eade (1996) en el campo de los *estudios globales/locales urbanos*; y, claro, Ien Ang (1998), Stuart Hall (1991, 1997) y muchos otros en el campo tan diversificado de los *estudios culturales*. Todos ellos convierten el campo de los estudios globales/locales en una empresa verdaderamente interdisciplinaria.

En el contexto de estas discusiones monodisciplinarias e interdisciplinarias nos centraremos particularmente en *la relación entre lo local y lo global*. Presentaremos una visión alternativa sobre esta relación al desarrollar la argumentación desde una perspectiva culturalista y centrada en la gente. En contraste con las visiones generalmente aceptadas sobre globalización, las cuales se centran en lo político-económico y la industria global y tienen una visión del mundo centrada en el capitalismo, aquí nos centraremos en la *ubicación del campo de la globalización dentro de lo local*. Con este objetivo,

aclararemos primero las tesis principales de la globalización en general y después nos centraremos particularmente en la perspectiva culturalista y centrada en la gente. Al revisar algunos elementos de la globalización cultural, que parecen ser nuevos o que por lo menos han estado evolucionando, la relación entre lo global y lo local será abordada.

QUÉ HAY DE NUEVO EN LA GLOBALIZACIÓN CULTURAL?

Difícilmente podrá afirmarse que ubicar la cultura en una perspectiva global es algo nuevo o innovador. Para empezar, quisiéramos plantear, con Hall (1991:19), que la globalización está lejos de ser un proceso nuevo y, por consiguiente, estamos de acuerdo con Parkins (1996:71) en que, particularmente desde el punto de vista del Sur, la globalización parece, en muchos sentidos, ser una *nueva envoltura* de algunos temas ya analizados detenidamente con anterioridad.

Por otra parte, algunos temas, que parecen ser nuevos, han sido interpretados bajo un nuevo enfoque o, por lo menos, han evolucionado. Esta evolución de las ideas es, en nuestra opinión, principalmente el resultado de la recolección de 'viejas' ideas vertidas en un 'nuevo' contexto global-local. Lo primero que puede interpretarse como nuevo en el debate global-local es la *interdisciplinariedad*. Investigadores de diferentes disciplinas sociales están leyendo sus obras mutuas y siguen construyendo sobre los pensamientos de cada uno. Lo segundo es que el debate global-local en diferentes campos interdisciplinarios ha estimulado las discusiones en torno al *papel de la cultura en la homogeneidad y la diversidad*. Además, la cultura constituye actualmente un campo de estudio aceptado por sí mismo. Tercero, el contexto global de las discusiones nos ha obligado a *re-pensar la tesis de que globalización y modernización son iguales a occidentalización*. En cuarto lugar, el hecho de que la cultura trasciende las fronteras nacionales y no coincide en todos los casos con la cultura nacional -sino más bien se enfrenta con el problema del multiculturalismo- nos ha hecho conscientes de las *limitaciones del pensamiento centrado en el estado-nación en el campo*

de la cultura. Finalmente, como resultado del 'cotorreo global', nos vemos obligados a analizar la *relación entre lo global y lo local*. Estos cinco temas serán analizados a continuación.

(1) INTERDISCIPLINARIEDAD

Debido a la complejidad de las sociedades y culturas, particularmente desde la perspectiva del 'sistema mundial', el futuro de las ciencias sociales parece estar en la *interdisciplinarietà*. El 'encuentro' de diferentes visiones, o en términos de Geertz 'géneros mezclados' (Geertz, 1983), sobre los fenómenos socio-culturales, parece ser la mejor manera de captar la complejidad. Según Giddens (1990:65), las discusiones sobre la globalización están presentes en dos cuerpos de la literatura: (1) la literatura sobre relaciones internacionales, y (2) la literatura basada sobre la teoría del 'sistema mundial' de Wallerstein. Las cosas han cambiado rápidamente en el curso de los últimos años. La teoría del impacto de la cultura sobre la globalización y la localización se ha convertido en un campo de estudio académico verdaderamente interdisciplinario. Marxistas, antropólogos, filósofos, científicos políticos, históricos, sociólogos, economistas, especialistas de la comunicación e investigadores del campo de los estudios culturales están tratando de integrarse. Son estos intentos unificados los que pueden proveer interpretaciones fructíferas y aclarar tanto los viejos como los nuevos problemas.

(2) EL PODER DE LA CULTURA EN LA HOMOGENEIDAD Y LA DIVERSIDAD

El segundo aspecto que parece ser nuevo es el hecho de que la *cultura* es considerada como un factor importante y hasta fundamental en las discusiones. La cultura ha sido considerada durante mucho tiempo como siendo sólo un *contexto*, pero cada vez más (es decir, fuera del ámbito de los estudios culturales y de las tradiciones antropológicas) la cultura se ha convertido en texto. Aparte del cada vez mayor interés por la cultura, ésta hoy en día también parece ser el

concepto en torno al cual las diferentes disciplinas expresan un interés común; de esta manera, la cultura viene siendo la responsable de la interdisciplinariedad. Robertson llamó este mayor interés por la cultura el 'giro cultural'. «Porque no solamente la cultura se ha convertido en un tópico cada vez más visible de interés particular, sino que es evidente que también es considerada más seriamente como una 'variable independiente' por los sociólogos que trabajan en áreas de las cuales la cultura había sido más bien excluida» (Robertson, 1992: 32). Además, la cultura es considerada cada vez más como un factor importante de la comunicación internacional, los procesos sociales y los movimientos sociales (Johnston & Klandermans, 1995). El enfoque cada vez más cultural y el creciente interés por la cultura y la identidad cultural han desvirtuado el debate original que se identificaba con los conceptos de modernización, dependencia y teoría del 'sistema mundial'.

(3) UNA NUEVA FORMA DE MODERNIZACIÓN?

La globalización representa una nueva forma de modernización que ya no se identifica con la occidentalización, sino que adopta de nuevo una perspectiva lineal y la idea de un estado final del orden mundial. Este es un caso puntual que sólo abordaremos brevemente puesto que se trata aquí de una idea que acompaña lateralmente la argumentación principal en torno a la relación entre lo local y lo global. Sin embargo, estamos aquí en presencia de un planteamiento filosófico básico importante que necesita ser elaborado de alguna manera. En la época actual de modernismo, post-modernismo, modernismo tardío o elevado, o cualquier nuevo prefijo que se quiera utilizar para definir el estado moderno actual del mundo, es importante apuntar otra vez las implicaciones lineales de este pensamiento. La globalización, que se encuentra altamente asociada con los modernismos, como un proceso de cambios del estado cultural del mundo, es bastante lineal en su conceptualización. Aún si el proceso está actualmente menos orientado hacia los Estados Unidos y, en comparación con las teorías sobre el imperialismo cultural y comunicativo de los años 70, ya no se identifica con

la occidentalización, esto no cambia de manera *fundamental* la opinión de que el mundo tiene un estado final moderno el cual es determinado por fuerzas externas.

(4) ESTADO-NACIÓN Y CULTURAS NACIONALES

El estado-nación es considerado por la mayoría de los investigadores, particularmente los marxistas, como el elemento fundamental del sistema mundial y como el actor principal del proceso de globalización, pero es esto igualmente válido para la globalización cultural? Implica la tesis de la globalización automáticamente que las culturas nacionales son los elementos o actores principales de la 'cultura global'? Son el estado-nación y las culturas nacionales los puntos centrales de convergencia y los actores principales de la globalización?

Por una parte, la tesis de la globalización se centra en el estado-nación como actor principal. Por otra parte, varios investigadores tratan de escapar a las limitaciones de este enfoque centrado en el estado. Esta problematización del estado-centrismo es en esencia el asunto medular de toda la tesis de la globalización. Según Sklair (1991), debemos ir más allá del estado-nación y desarrollar una sociología del sistema global. Lo mismo parece ser necesario para el campo cultural. Las discusiones sobre la cultura global y local parecen ir más allá de las discusiones que se centran en el estado-nación y en la cultura nacional, la identidad nacional y el nacionalismo. El estado-nación podría ser la unidad político-económica más significativa de la división del mundo, pero una discusión cultural sobre la globalización debe incluir otros niveles, porque el estado-nación no es el único marco cultural que interviene en la construcción de una identidad cultural. Tomlinson (1991: 70-75) también nos mostró, al analizar el discurso de la UNESCO -en donde identidad cultural parece considerarse como un equivalente de identidad nacional- que este planteamiento no tiene fundamento, ya que la identidad cultural trasciende la identidad nacional (Tomlinson, 1991:74).

Si consideramos que la cultura a nivel nacional es sólo uno de los niveles que estructuran y enmarcan la construc-

ón de la identidad, necesitamos iniciar una discusión sobre los otros niveles que juegan un papel en el proceso de construcción de la identidad. No se puede discutir mucho con respecto a lo que constituye el nivel global. Un marco analítico socio-cultural o económico político más amplio no es posible. Pero parece ser posible realizar diferentes interpretaciones sobre qué tan local lo 'local' realmente es. Se trata de una familia extensa, un pueblo, una tribu, una vecindad en una ciudad, una ciudad, un país, una región, una isla o hasta un estado-nación? O será que lo 'local' va aún más allá del estado-nación y se refiere a poblaciones como los Papuas, los Polinesios, los pueblos del Pacífico, los Lapones en Escandinavia, la comunidad europea negra? Estos son temas importantes que indican que también deben incorporarse discusiones en torno a las relaciones macro-micro en las ciencias sociales.

(5) RELACIONAR LO GLOBAL Y LO LOCAL

La quinta idea que parece ser nueva en el debate global-local es que la globalización se conceptualiza a menudo como estando intrínsecamente relacionada con la *localización*.

Casi todos los investigadores concuerdan en que un incremento de los contactos culturales o de la comunicación intercultural no significa necesariamente que vamos a tener una cultura mundial única, como lo pretende la tesis de la globalización en su forma más simplista. Nadie suscribe esta tesis sin emitir algunas notas críticas. Estas notas críticas van desde la negación total del proceso de mundialización de la cultura hasta las tesis de la diversidad cultural. La diversidad existe no solamente *entre* las culturas, sino también *dentro de* las culturas. Todas las culturas son plurales, creoles, híbridas y multiculturales desde adentro. (Ya) no hay culturas auténticas, puras, tradicionales y aisladas en el mundo, si es que alguna vez han existido. Entonces, por qué tanta excitación en torno a la globalización cultural? Por qué estamos pensando ahora que el mundo va a tener una sola cultura? La premisa es que todas las culturas van en la misma dirección. Sin embargo, existe poca evidencia de esta aseveración, con

la excepción de las pizzas, Coca Cola, Clones de IBM, Big Mac y otros ejemplos similares. Estos ejemplos, que se dan a menudo para demostrar que nos estamos dirigiendo hacia una sola cultura, son casi siempre, como en el caso de las telenovelas, transformados para adaptarse a la cultura local. McDonald's en Bruselas, Yakarta, Sydney o Moscú son diferentes en, por ejemplo, los comportamientos no verbales, los servicios y otras variables contextuales que van más allá de los símbolos visuales. Además, la gente otorgará en su vida diaria a estos fenómenos una posición que depende de los estilos de vida e interpretaciones culturales locales.

Además, «La historia del mundo, en lugar de moverse hacia una homogeneización cultural, ha demostrado exactamente lo contrario: una tendencia hacia la diferenciación cultural y la complejidad cultural» (King, 1991:16). Por consiguiente, en nuestra opinión, la cuestión no es si estamos evolucionando hacia una sola cultura mundial y si participamos todos en un proceso llamado globalización cultural. Quisiéramos sugerir que la cuestión puede leerse desde un punto de vista menos determinista y desde una perspectiva bottom-up: *Cómo enfrenta la gente desde una situación local los contenidos de los medios de comunicación globales y cómo hace para actuar, de manera interpretativa, en contra del incremento del flujo cultural extranjero (global)? Si uno, como individuo o como organización, simpatiza con las culturas locales y el conocimiento local, la cuestión para el campo de la práctica y de la acción se puede plantear de la manera siguiente: Cómo puede apoyarse el esfuerzo de la gente por contrabalancear el flujo internacional de productos culturales extranjeros y por producir contenidos comunicativos locales, relevantes para la gente misma?* La primera pregunta releva del campo de las ciencias sociales interpretativas y la segunda pregunta se ubica en el campo de la acción.

Plantado en términos generales, el pensamiento sobre la globalización parece ser, otra vez, una conceptualización occidentalizada del estado del mundo. Suponer que las culturas cambian como resultado de los contactos con culturas occidentales es obviamente cierto, pero se trata de un pensamien-

to altamente orientado hacia el Occidente. La misma cultura puede cambiar, aún más dramáticamente, debido a contactos con otras culturas no occidentales. En tal caso nadie habla de globalización, ni siquiera se enteran de tales contactos. Además, preguntas o planteamientos tales como «Cómo han cambiado los estilos locales de pertenencia grupal como consecuencia del encuentro colonial?» (Linnekin & Poyer, 1990: 6), son preguntas fundamentalmente occidentales. Aún si, en el resto de su libro, Linnekin & Power se empeñan en distinguir el 'paradigma occidental' del 'paradigma del Pacífico», se trata de una pregunta, y por consiguiente de un enfoque, que es conceptualizada desde una perspectiva occidental. Una pregunta no occidental con respecto a este ejemplo se redactaría más o menos de la manera siguiente: «Cómo incorpora un grupo aspectos culturales extranjeros o coloniales?» Esta pregunta no se centra en los encuentros coloniales o los contactos extranjeros, sino en el grupo no occidental, lo cual presenta un ángulo y una perspectiva diferentes.

Si aceptamos que, al teorizar en torno a la globalización, el proceso mismo está intrínsecamente relacionado con la localización, no es necesario que sigamos, a priori, distinguiendo la cultura extranjera de la cultura tradicional. Las culturas siempre son *mezcladas* e híbridas en si mismas, y como tales tienen y ofrecen significado cultural local. En muchos casos la gente ya ni siquiera se acuerda si un área cultural particular es tradicional o no. Por ejemplo, diferentes versiones de la historia de Cinderela se encuentran en muchas culturas diferentes y el símbolo de Irlanda, el 'Café Irlandés', que se ofrece como bebida de bienvenida en la apertura del aeropuerto de Shannon en Irlanda, está lejos de ser tradicional. Ni siquiera es irlandés, ya que fue (re)introducido a Irlanda y al resto del mundo por un barman de los Estados Unidos.

Todas las culturas son creoles en sus raíces y la tarea común de los teóricos y los prácticos consiste en observar las culturas, con base en el respeto mutuo, 'desde adentro hacia afuera' en lugar de 'desde el Occidente hacia adentro' (ver por ejemplo Swidler, 1995). Esto significa que, cuando la cultura misma ya no distingue entre el desarrollo industrial-

zado y su pasado tradicional, quiénes somos nosotros para hacer tal distinción desde el extranjero? La dicotomización, las distinciones negro-blanco o izquierda-derecha, o aún, retomando el marco conceptual de Lévi-Strauss, las oposiciones binarias, constituyen rara vez procedimientos correctos. «La globalización -que es un proceso de desarrollo desigual que fragmenta tanto como coordina- introduce nuevas formas de interdependencia mundial, en donde, de nuevo, se excluye a los 'otros'» (Giddens, 1990:175).

Se puede encontrar un intento de analizar más detenidamente temas locales relacionados con la cultura en el orden mundial actual en el paradigma de la multiplicidad: 'multiplicidad en un solo mundo' (Servaes, 1989a, 1999). Aún si el paradigma de la multiplicidad no funciona explícitamente para los conceptos de globalización y localización, se puede ver, sin embargo, cómo, en contraste con los conceptos dominantes anteriores tales como sincronización cultural, imperialismo comunicativo y la cocolonización popular, se pone mayor énfasis en temas tales como la capacidad y la actividad local para tratar mensajes que llegan 'desde fuera del grupo' y que supuestamente convierten al mundo en un sistema único.

Dentro de esta visión de multiplicidad trataremos de ubicar lo global dentro de lo local y desarrollaremos finalmente un marco para analizar identidades globalizantes/localizantes. Con este objetivo, las siguientes secciones revisarán conceptos de mezcla cultural, compararán el debate global-local con el debate macro-micro y ofrecerán una exploración teórica de 'comunicación para la localización' que integra las discusiones sobre la relación entre la comunicación para el desarrollo y la globalización.

CONCEPTOS DE MEZCLA DE CULTURAS

Antes de hablar de la relación entre lo global y lo local desde una perspectiva cultural y de enfocarnos hacia la mezcla más específica de identidades culturales globalizantes y localizantes, echemos primero una mirada sobre algunos

conceptos de mezcla cultural. La revisión de estos conceptos nos dará una idea de los pensamientos pasados y presentes en torno a las consecuencias del contacto cultural. En cierto sentido, estos 'nuevos' conceptos parecen haber sustituido los 'viejos' conceptos, tales como aculturación (imitación de patrones culturales dominantes), asimilación, integración, adaptación e interculturación.

En primer lugar está la idea de las '*zonas de contacto*', desarrollada en el estudio de *viaje y turismo* (por ejemplo, Clifford 1997a,b). La esencia de viaje y turismo es que la gente se de-localiza por un período determinado de tiempo. La de-localización es de naturaleza temporal. Clifford también sugiere utilizar el concepto de '*peregrinaje*' -igualmente utilizado y estudiado por Víctor Turner- para conotar las '*culturas viajeras*'. Él prefiere el término de peregrinaje, porque tiene una base menos clasista y genérica que viaje. Además, tiene una manera bonita de subvertir la oposición constitutiva: viajero/turista. Al otro lado, agrega que sus significados '*sagrados*' tienden a predominar (1992:110). Mary Louise Pratt también habla de viajes y zonas de contacto y, en su libro sobre relatos de viaje y expansión europea, define las '*zonas de contacto*' en el contexto de los encuentros coloniales como sigue:

«... el espacio en el cual pueblos geográfica e históricamente separados entran en contacto el uno con el otro y establecen relaciones duraderas, implicando generalmente condiciones de coerción, desigualdad radical, y conflicto sin solución. Tomo prestado el término de '*contacto*' de su uso en lingüística, en donde el término de '*lengua de contacto*' se refiere a lenguas improvisadas que se desarrollan entre hablantes de diferentes lenguas nativas que necesitan comunicar entre si de manera regular, generalmente en un contexto comercial. Tales lenguas empiezan como pidgin y pasan a ser llamadas creoles cuando llegan a tener hablantes nativos propios. (...) '*zona de contacto*' es un intento por evocar la co-presencia espacial y temporal de sujetos previamente separados por disyunturas geográficas e históricas y cuyas trayectorias ahora se cruzan» (Pratt, 1992:6-7).

Las ideas con respecto a 'zonas de contacto' desarrolladas por Pratt se refieren a espacios que no son fijos geográficamente. No están relacionados con un lugar. Lo característico de la concepción de Clifford con respecto al viaje es que, en los estudios antropológicos, él resalta los cambios que ha habido desde el trabajo de campo etnográfico geográficamente delimitado hacia el trabajo 'de campo' de no-lugares y culturas viajeras. El hecho de que las culturas viajan significa que yo no deben ser definidas como 'entidades primitivas aisladas'. «La 'cultura' antropológica ya no es lo que acostumbraba ser. ... es necesario enfocar tanto experiencias híbridas, cosmopolitas como experiencias enraizadas, nativas» (Clifford, 1992:101). Clifford continúa diciendo que el 'cronotopo' de la cultura llega a parecerse tanto a un sitio de encuentros viajeros como a una residencia. 'Raíces y rutas' siempre co-existen.

Otro campo de estudio que investiga el contacto intercultural y la mezcla de culturas es el campo de la *migración*. Migración se aplica a un período de tiempo más largo que los conceptos de viaje y turismo discutidos anteriormente. Migración también se refiere a un establecimiento más permanente de personas en otro espacio cultural. Se puede hablar aquí de cambio de residencia. Muchos términos están asociados con migración, tales como: refugiados, expatriados, trabajadores huéspedes, exiliados y comunidades de ultramar, etc. Además, uno de los conceptos principales que ha sido asociado con la migración durante los últimos años ha sido la *diáspora*. Este concepto ha recibido mucha atención de varias disciplinas desde que se realizó el giro hacia el estudio de la etnicidad. William Safran (1991:83-84; citado en Clifford, 1997b:284) define la diáspora de la manera siguiente:

«'comunidades minoritarias expatriadas' (1) que son dispersadas desde un 'centro' originario hacia por lo menos dos lugares 'periféricos'; (2) que mantienen una 'historia, una visión, o un mito sobre su patria de origen'; (3) que 'creen que no son -y quizás no pueden ser- plenamente aceptados por el país huésped'; (4)

que ven a la casa ancestral como un lugar de retorno eventual, cuando el momento apropiado llegue; (5) que están comprometidos con el mantenimiento o la restauración de esta patria; y (6) cuya conciencia y solidaridad como grupo son 'definidas de manera importante' por esta relación continua con la patria» (Safran, 1991:83-84); citado en Clifford, 1997b:284).

Lo que parece faltar en la definición de Safran (también citado por Clifford, 1997b:285) es que las diásporas no siempre están orientadas hacia sus raíces 'en un lugar específico'. Ellas recrean cada vez más la cultura en diversos lugares nuevos. «Así, el término de diáspora es un significador, no simplemente de transnacionalidad y movimiento, sino de luchas políticas para definir lo local, como comunidad distintiva, en contextos históricos de desplazamiento» (Clifford, 1997b:287). Entonces, el concepto mismo de *desplazamiento* (y también de-localización) está intrínsecamente relacionado con la migración y la diáspora. Clifford mismo ya había explorado aspectos de este concepto en su libro *The predicament of Culture* (1988). Desplazamiento denota pérdida de las raíces en el país y de-localización de la cultura basada en el lugar. Se refiere a una separación de lugar y cultura. Finalmente, en el contexto anteriormente discutido, el concepto de *multiculturalismo* también debería ser mencionado. Multiculturalismo, cosmopolitismo, (Giddens, 1998:129 et seq.) y la sociedad multicultural ideal o la nación cosmopolita, son metas pragmáticas, sociales que resultan de los discursos de los desplazamientos. El concepto de multiculturalismo se utiliza principalmente dentro de un discurso nacional.

Los conceptos de territorialización, de-territorialización y re-territorialización tratan de la relación entre 'territorios', 'lugares', 'zonas', 'espacios', es decir '*localizaciones*' y experiencias culturales vivas, es decir '*cultura*'. El uso de estos conceptos difiere. Los términos son utilizados tanto para fenómenos (ideas, objetos...) como para grupos étnicos (pueblos) 'desplazados', tales como los Turcos en Berlín, los Griegos en Melbourne... *Territorialización* significa una conexión determinada entre territorio y cultura. Un ejemplo muy impre-

sionante es el caso de los aborígenes australiannos, quienes tienen una conexión (histórica) intrínseca con su territorio. En general, el concepto se refiere a la 'cultura territorializada', en el sentido de que existe un lazo fuerte entre cultura y localización. Cuando esta cultura se separa de su localización 'original', generalmente se habla de *de-territorialización*. Existen muchos ejemplos de tal de-territorialización y se pueden encontrar en todos los rincones del mundo. Un ejemplo prototípico es el McDonald's en Moscú, que, según Short y Kim, puede ser entendido como un pedazo de-territorializado de cultura estadounidense en una ciudad post-socialista (ver Short & Kim, 1999:78). Tomlinson (1999:106-149) también explora los aspectos de la de-territorialización. Entre otras cosas, él observa que uno de los temas de la *experiencia mundana* de de-territorialización es «el elevarse más allá de lo local» (Tomlinson, 1999:128).

Finalmente, *re-territorialización* debe ser entendida en relación con territorialización y de-territorialización. Este concepto sólo fue introducido recientemente. Re-territorialización se refiere a lo que Clifford -cuando discutió la diáspora- describió como: un proceso de re-creación de una cultura en localizaciones nuevas y distintas. Pero el concepto no sólo incluye la cultura de las personas, sino también la cultura material e informacional o la cultura representacional. Short y Kim (1999) describen el concepto de la manera siguiente:

«Proponemos un nuevo concepto de re-territorialización para describir el proceso mediante el cual culturas de-territorializadas echan raíces en lugares alejados de sus localizaciones y orígenes tradicionales. La re-territorialización de una cultura abraza una serie de procesos que van desde la difusión de su origen más allá de las fronteras (espaciales, temporales y culturales) hasta el establecimiento en un lugar nuevo en donde reviste una forma nueva. Las culturas re-territorializadas no se transplantan simplemente, sino que se transforman. Los restaurantes McDonald's en Japón venden el Teriyaki McBurger que es pan con salchicha y con salsa teriyaki (McDonald's Corporation, 1998)» (Short & Kim, 1999:78).

Elementos y formas culturales en ciertos lugares pueden efectivamente ser considerados como formas culturales de-territorializadas. Pero, al estudiar el proceso de re-territorialización de estas formas, tenemos que guardar en mente que el hecho de que las formas culturales hayan sido originalmente de-territorializadas no siempre es relevante para la vivencia de los elementos espaciales y del espacio en su totalidad. Debemos tener cuidado con no enfatizar exageradamente este aspecto de re-territorialización de las formas culturales. La gente no siempre lo sabe o no le importa. Simplemente viven la experiencia. Por ejemplo, no todo el mundo sabe que los productos de Ikea no vienen de Suecia, que el Café Irlandés es una invención de un barman de Nueva York, que Heineken es el nombre de una marca y no solamente el nombre de una cerveza lager y que es una marca holandesa, no una marca alemana. La información sobre el lazo territorializado entre las formas 'nuevas', transformadas y su suelo de cultivo cultural 'original' (nacional) no está siempre a la mano. En el caso de lugares tales como el 'pub irlandés', la 'heladería italiana', el 'restaurante griego' y el 'café cubano', esta información es explícita, pero, en los ejemplos arriba mencionados y en otros casos, la relación no es siempre tan directa. Por ejemplo, sigue McDonald's solamente o principalmente asociado con la cultura estadounidense? Lo que se encuentra en el centro de la relevancia, es que la 'nueva' forma cultural, el 'nuevo' espacio cultural mismo es importante. El espacio es aquí y ahora. Claro que esto no significa que estas formas de cultura sean anti-históricas o que no tengan raíces. Sin embargo, existen en el aquí y el ahora, en su forma post-moderna vivida. Para concluir, el concepto ofrece muchas posibilidades al analista cultural y parece constituir un instrumento conceptual poderoso en el estudio de la comunicación intercultural.

Aparte de ser utilizados generalmente en la teoría sobre las migraciones, los estudios que utilizan conceptos tales como *fronteras*, *líneas fronterizas*, *territorios fronterizos*, *zonas fronterizas* y también *frentes y fronteras culturales* están a menudo asociados con trabajos latino-americanos (ver para el uso de 'frentes culturales': Lull (1998) sobre el

trabajo del investigador mexicano Jorge González). Además, la frontera México-Estados Unidos y las ciudades fronterizas Ciudad Juárez-El Paso (Vila, 1999) y particularmente Tijuana son a menudo citadas cuando se discute sobre los aspectos indefinidos al interior de los territorios fronterizos (ver García Canclini, 1995; Hannerz, 1997; Lull, 1998; Vila, 1999). La idea de territorios, zonas o frentes es particularmente interesante. «... 'territorio fronterizo', sugiere algo entre los dos, una zona de contacto, un área en donde las discontinuidades se confunden un poco» (Hannerz, 1997:540), y «Qué son estas zonas? Empiezan con el cuerpo (salud, alimentos). Incluyen áreas de socialización (educación, religión), consumo (tiempo libre, instalaciones culturales), expresión (las artes), y comunicación (los medios). Aspectos sociológicos fundamentales tales como la etnicidad, la raza, el género y la sexualidad son entonces analizados en términos de las zonas» (Lull, 1998: 414). También es dentro de este contexto que a veces se ha hecho la comparación con la teoría de Turner sobre la *liminality* (por ejemplo, Hannerz: 1997:541; Henderson, 1995:5).

Mestizaje, creolización, transculturación y 'culturas híbridas' (hibridad, hibridización) son cuatro conceptos más que son relevantes para y originarios de América Latina (incluyendo el Caribe). *Mestizaje* es un concepto ampliamente utilizado en América Latina. Originalmente, se refería a la herencia mixta española e indígena, pero actualmente la significación del término se ha extendido. «El reconocimiento del *mestizaje* que es constitutivo de América Latina no se refiere a algo que tuvo lugar en el pasado, sino a lo que somos hoy. *Mestizaje* no es sólo un hecho racial, sino la explicación de nuestra existencia, la red de tiempos y lugares, memorias e imaginaciones que, hasta el día de hoy, sólo ha sido expresado de manera adecuada a nivel literario» (Martín-Barbero, 1993:188). Así, aún si el concepto ha ampliado su significado dentro de América Latina, no se ha convertido en un término anglo-americano y tampoco en un término global. Se ha mantenido dentro de las fronteras latino-americanas.

Creolización, transculturación y hibridad, al contrario, sí rebasan las fronteras latino-americanas como veremos en la

sección siguiente. Aunque, en su origen, estos términos también puedan remontarse hacia la 'otra' América. La creolización se originó en el Caribe y es descrita por Sabine Hofmann (1997) de la manera siguiente:

« Al inicio, el término 'creole' designaba la gente -tanto blanca como negra- nacida en las colonias americanas; después se utilizó para denotar las lenguas que surgieron del contacto entre los Europeos y los Africanos en el contexto socio-cultural de las plantaciones. Más tarde, el término se amplió desde el ámbito puramente lingüístico hasta el terreno cultural, para referirse, como nos explica el autor jamaicano Brathwaite, a un 'proceso cultural percibido como ocurriendo dentro de un continuo espacial y temporal' (Brathwaite, 1974: 4). (...) Al inicio, la creolización se realizó entre colonos ingleses y esclavos africanos y fue rápidamente seguida de 'creolizaciones colaterales', cuando trabajadores estaban contratado de Asia empezaron a tomar parte en los procesos de cruce cultural» (Hofmann, 1997:74).

La *transculturación* también tiene un origen caribeño (cubano). El sociólogo cubano Fernando Ortiz acuñó el término en las años 1940. «Los etnógrafos han utilizado este término para describir cómo grupos subordinados o marginados relizan selecciones e invenciones, a partir de materiales que les son transmitidos por una cultura dominante o metropolitana» (Pratt, 1992:6).

Finalmente, *Cultura híbrida* es el título del libro muy conocido de Néstor García-Canclini (1995). Lo que es interesante en el trabajo de García Canclini -como en el trabajo de Martín-Barbero- es que él no pone tanto el acento en la mezcla de la gente (por ejemplo, las identidades fronterizas en Tijuana), sino que se concentra en la mezcla de todo tipo de formas culturales, tales como: la cultura de la calle, el arte, la televisión... En su búsqueda por entender las formas culturales híbridas, García Canclini también vuelve a establecer la relación con los conceptos ya mencionados de de- y re-territorialización. (Para resúmenes y comentarios sobre las 'culturas híbridas' de García Canclini, ver por ejemplo: Lull, 1998; Sch-

lesinger & Morris, 1997; Tomlinson, 1999).

Existen dos artículos básicos en torno al tema de la globalización (utilización global) de los conceptos de hibridización y creolización. El primero es el artículo escrito por Jan Nederveen Pieterse y se llama *Globalización como Hibridización* (1994) y el segundo artículo es el de Ulf Hannerz *El Mundo en vías de Creolización* (1987). *Hibridización* se refiere a un proceso similar al de la creolización. A partir de la definición de hibridización hecha por Rowe y Schelling, quienes la definieron como «las maneras cómo las formas llegan a separarse de prácticas existentes y se vuelven a combinar con nuevas formas en nuevas prácticas» (Rowe y Schelling, 1991:231), Nederveen Pieterse utiliza el concepto en el sentido de que existe un proceso global en el cual elementos culturales se mezclan en una mezcla global de culturas. Hannerz (1987) y en su obra posterior (1992, 1996) analiza un proceso similar de mezcla cultural, por medio de la cual la forma resulta ser «...un tráfico intercontinental de significados» (Hannerz, 1987: 547). La *creolización* tiene raíces latino-americanas (caribeñas) (ver más arriba), pero ha sido sacada de este contexto tantas veces que ha empezado a vivir una vida desenraizada. Un tema central de estudio dentro de la constitución de estos conceptos es el flujo de personas, ideas y productos a través de las fronteras culturales. El estudio del flujo transnacional de la información se relaciona particularmente con el campo de la comunicación internacional.

También con respecto a la idea de los *flujos globales*, Arjun Appadurai enfatiza las disyunturas entre diferentes flujos de influencia cultural. El articula cinco dimensiones del flujo cultural global: (a) etnopaisajes, (b) mediapaisajes, (c) tecnopaisajes, (d) financiapaisajes, y (e) ideopaisajes. «La palabra paisaje nos permite indicar las formas fluidas e irregulares de estas dimensiones, formas que caracterizan tan profundamente tanto al capital internacional como a los estilos internacionales de vestir. (...) Entonces, estos paisajes son la piedra angular de lo que (ampliando a Benedict Anderson) me gustaría llamar *mundos imaginados*, es decir, los mundos múltiples que son constituidos por las imaginaciones históri-

camente situadas de personas y grupos repartidos alrededor del globo» (Appadurai, 1996:33). Entonces, aún si el objeto central del estudio es el flujo cultural internacional, los paisajes de Appadurai también parecen ventilar la idea de zonas, espacios o esferas.

Finalmente, el *cosmopolitismo* parece ser una calidad de seres humanos individuales, mucho más que un proceso grupal o una calidad grupal. Hannerz (1992:252-255) atribuye a este concepto las siguientes cualidades: (1) tener la voluntad de comprometerse con el Otro, y (2) tener la competencia intercultural necesaria para comunicar con el Otro. Se trata aquí de apertura hacia el mundo. También parece ser más bien un concepto elitista y se utiliza para referirse a las clases sociales altas que se pueden permitir viajar mucho. Diplomáticos y empresarios internacionales son, por ejemplo, a menudo prototipos de la gente cosmopolita. Son considerados como ciudadanos del mundo. Tomlinson, quien intenta rebasar el aura elitista del concepto, evoca las potencialidades del cosmopolitismo en su capítulo final de *Globalización y Cultura* (1999:181-207). Dentro del concepto de cosmopolitismo, él pone el acento en la posibilidad de «varias formas y fuentes de conciencia global, apertura hacia el mundo, movilidad, hibridad...» (Tomlinson, 1999:205), pero también nos advierte que «Nada garantiza la construcción de solidaridad cosmopolita en el marco de las incertidumbres de la modernidad global» (Tomlinson, 1999:207).

Géneros difusos (Geertz, 1973), interjuego cultural, mezcla cultural, bricolage cultural, mestizo, mulato, globalización (Robertson, 1995), pluralismo, sincretismo, universalismo... Parece que nos sobran conceptos para analizar lo mismo. Pero, al igual que los conceptos latino-americanos, lo que es interesante para nuestra discusión es la idea de *mezcla cultural* a lo largo del proceso de encuentro y negociación. La mezcla no sólo se da en medio de las culturas, sino también en medio de lo que ahora hemos llamado lo global y lo local, o los procesos de globalización cultural y localización cultural.

GLOBAL-LOCAL VERSUS MACRO-MICRO

Buscar los enfoques para relacionar lo macro y lo micro desde una perspectiva microscópica puede ayudarnos a diseñar un marco para lo global dentro de lo local. Este lado micro será tratado en un contexto orientado hacia la acción al explorar la idea de la 'comunicación para la localización'.

Según algunos investigadores (por ejemplo, Nederveen Pieterse, 1995; Long & Villareal, 1993), el giro cultural es el resultado de la transición desde los enfoques macro hacia los enfoques micro. Por otra parte, Hannerz, por ejemplo, hace un llamado en favor del desarrollo de la antropología macro con el fin de «ofrecernos una comprensión total mejorada de cómo las ideas y sus manifestaciones públicas se organizan en las estructuras sociales de escala y complejidad considerables que actualmente caracterizan tanto las vidas en el Tercer Mundo como las nuestras» (Hannerz, 1987:547). Estas visiones parecen estar en contradicción unas con otras, y además están en contradicción con el interés creciente por el proceso de globalización en general.

Como hemos visto, el *nuevo* tema esencial en los debates sobre la globalización es que ésta es actualmente reconocida como estando intrínsecamente ligada a la localización. Al identificar estos dos rumbos de cambio entramos a la discusión sobre las relaciones macro-micro en la tradición sociológica. Diversos investigadores, generalmente sociólogos, han distinguido diferentes perspectivas con respecto a la distinción, la relación y la integración macro-micro (para resúmenes nos referimos a: Kemeny, 1976; Knorr-Cetina, 1981; DeWalt & Pelto, 1985), pero muy pocos han tratado de analizar la relación teórica entre lo global y lo local: «un marco para relacionar lo global, lo nacional y lo local aún tiene que surgir» (Appadurai, 1995:213).

Hilbert (1990:795) resumió algunas de las diferentes perspectivas que pueden ser adoptadas para enfocar la relación macro-micro:

- (1) empezar en un área estructural y explicar las demás áreas en términos de sus propiedades;

- (2) afirmar una integración o interrelación entre las dos áreas;
- (3) hacer del área macro la fuente de constricción (ligera) de los procesos micro, en donde, por medio de una relación de retroalimentación de ir y venir entre las dos áreas, los procesos micro alteran y cambian las constricciones macro, y;
- (4) buscar una presentación holística de la sociedad entera en términos de su 'nivelación' desde un área hacia otra y especificar cómo estos niveles se confrontan uno con otro y se articulan de varias maneras ordenadas. (Para los autores respectivos, remitimos al texto original.)

Puesto que el objetivo último consiste en captar el sentido de lo global dentro de lo local, podremos muy probablemente aprovechar las teorías que arrancan desde una perspectiva microscópica para analizar la relación entre lo micro y lo macro. Sin, por lo tanto, subestimar ni descuidar la relevancia de los enfoques macroscópicos en otras situaciones, aquí es importante notar que un enfoque que arranca desde la perspectiva microscópica nunca podrá ofrecernos claves para la perspectiva centrada en la gente.

Knorr-Cetina (1981) distingue así tres hipótesis microscópicas para la reconstrucción micro-sociológica de la macrosociología: la hipótesis de la agregación, la hipótesis de las consecuencias no intencionales, y la hipótesis de la representación. La *hipótesis de la agregación*, representada esencialmente por las cadenas de Ritual Interaccional (RI) de Collins, «dice en esencia que los fenómenos macro están compuestos de *agregaciones* y *repeticiones* de muchos micro-episodios similares» (Knorr-Cetina, 1981:25-26). La *hipótesis de consecuencias no intencionales*, basada parcialmente en el pensamiento de Giddens, «postula propiedades de un sistema más global que surge gracias a las consecuencias *no intencionales* (en adición a las intencionales) de los micro-eventos» (Knorr-Cetina, 1981:27). Esta hipótesis, en contraste con la primera, implica que la formación de la estructura social es algo que no podemos controlar, porque es algo no intencional. Como tal,

se sitúa más allá de la micro-situación. La última hipótesis de Knorr-Cetin, *la hipótesis de la representación*, que está altamente asociada con la posición de Cicourel (Cicourel, 1981), surge desde la observación de la interrelación de los eventos sociales, que ninguna de las hipótesis discute. Por esta razón, esta hipótesis «respalda el modelo de la realidad social compuesta de situaciones micro-sociales, pero al mismo tiempo expande este modelo tomando en cuenta las *macro-construcciones endógenas a estas situaciones*» (Knorr-Cetina, 1981: 31). Según Knorr-Cetina (1981:40), la diferencia principal entre la hipótesis de la representación y las otras dos hipótesis es que aquélla concibe lo macro como construido activamente y perseguido *dentro de* la acción micro-social, mientras que los otros dos enfoques consideran el orden macro como un fenómeno *emergente* compuesto de la suma de los efectos no intencionales de micro-eventos.

El hecho de que la 'unidad' metodológica relevante en estas tres hipótesis es la *interacción en situaciones sociales*, y no el individuo (Knorr-Cetina, 1981:8-9), parece particularmente importante para la investigación sobre la comunicación participativa, la cual se preocupa por investigar lo global dentro de lo local desde una perspectiva centrada en la gente. Pero, cualquiera que sea la teoría o hipótesis que prefiramos y a pesar de que pueda ser muy relevante enfocar la micro-interacción social, hay que reconocer que las tres hipótesis analizan la *estructura social en sus propios términos*. No analizan explícitamente las perspectivas locales sobre, y la integración local de, las estructuras sociales a varios niveles (global, nacional o local). Al interior del debate global-local, que es distinto del debate macro-micro, una parte muy grande de la discusión no trata de la *estructura social en sus propios términos*, sino que trata más explícitamente de cómo lo global es percibido en lo local. A este respecto, Giddens (1990:64) nos da una definición útil de globalización: «La globalización puede entonces definirse como la intensificación de las relaciones sociales mundiales que relacionan localidades distantes de tal manera que eventos locales toman formas influenciadas por eventos que ocurren a muchas millas de allí y vice-versa. ... La *transformación local*

participa tanto de la globalización como de la extensión lateral de conexiones sociales a través del tiempo y el espacio.» Robertson (1992:8) también analiza esta dimensión interpretativa de la globalización. El define la globalización como «un concepto que se refiere tanto a la comprensión del mundo como a la *intensificación de la conciencia del mundo como totalidad*» (énfasis agregado). Al distinguir esta dimensión subjetiva, se refiere al proceso por medio del cual los individuos se vuelven más conscientes del hecho de que forman parte de un escenario global (ver también Friedman, 1994:196). El intento no consiste entonces en *reconstruir* la macro-sociología desde una perspectiva micro-sociológica, sino de *re-interpretar* o de *reconstruir las interpretaciones de los eventos o estructuras macro-sociológicas*, independientemente de que se encuentren cercanos o alejados en el tiempo y el espacio.

LOCALIZACIÓN DESDE UNA PERSPECTIVA CENTRADA EN LA GENTE

Al interior del campo interdisciplinario del estudio de la cultura, se ha escrito mucho sobre el proceso de globalización/localización. Muchas veces se dice que la globalización se refiere al proceso por medio del cual el mundo se está convirtiendo en un lugar único. Se supone que flujos crecientes de conocimiento -particularmente en Internet- causarán una cultura mundial homogeneizada. Tal perspectiva política-económica y top-down con respecto al desarrollo y el cambio no toma en cuenta que la mayoría de la gente vive, en primer lugar, localmente, en el sentido de que sus vidas están geográficamente delimitadas. Desde adentro de estas localidades la gente incorpora elementos nuevos de otras culturas. Una homogeneización en la venta de los productos y en los procesos mismos de producción no significa implícitamente que el consumo también se esté homogeneizando. Este es uno de los aspectos centrales. La globalización/localización también puede ser enfocada como un proceso (inter)subjetivo/interpretativo. En este caso se dedica a articular identidades cambiantes más que a homogeneizarlas.

Identidad y consumo son dos términos íntimamente relacionados. En cierto sentido se puede decir que el consumo define las identidades o que identidad es igual a consumo: «eres lo que consumes». Actualmente, las identidades colectivas e individuales parecen estar fragmentadas (ver Servaes, 1997). Con esto queremos decir que las identidades están compuestas por fragmentos interpretados que surgen de múltiples niveles. Estos niveles van desde lo global hasta lo local. Una identidad global y una identidad local son por consiguiente formas 'ideales', que no existen en la vida real. Todas las identidades son una mezcla de aspectos globales y locales. La gente, en sus entornos locales, reelabora constantemente su propia identidad colectiva e individual al consumir elementos culturales que surgen de una variedad de niveles. Al interior de esta perspectiva, que se centra más en la gente, sobre las identidades globalizantes y localizantes (globalización/localización), podemos ahora distinguir varios aspectos en el proceso de definición de la globalización/localización cultural (ver también, Lie & Servaes, 2000):

Aspecto a

Globalización y localización se refieren a un proceso de cambios que ocurren en la percepción de la gente tanto en el tiempo como en el espacio. Por una parte se refieren a una ampliación/extensión de todo tipo de fronteras... Por otra parte se refieren al fortalecimiento o la articulación más firme de las fronteras existentes...

El hecho de que la globalización/localización se refiere esencialmente a cambios de percepciones en el tiempo y el espacio ya fue analizado cuando nos referimos a la definición de Giddens, que enfatiza el hecho de que los eventos locales pueden ser interpretados en un marco más amplio de tiempo y espacio ('desde la distancia'). Con respecto a los dos rumbos mencionados de fronteras cambiantes, ninguno de los movimientos étnicos y culturales en el mundo es global en perspectiva. No se trata de homogeneización sino de *diferenciación*. Las diferencias sólo pueden existir si existe otra cosa, y, si existe otra cosa, existen

fronteras. Localidad, comunidad, Gemeinschaft (Tönnies), vecindad (Appadurai), todas existen debido a las *fronteras* de pequeña escala, las cuales o bien son simbólicas (Cohen, 1985), o bien estructurales (políticas, económicas, sociales, culturales), o bien territoriales/geográficas o virtuales (Jones, 1995). Las culturas siempre han tratado de distinguirse de otras culturas, enfatizando las diferencias más que las similitudes. La única posibilidad de definir estos movimientos como globales es en cuanto al uso que hacen de la tecnología comunicativa. Actualmente, diferentes grupos, particularmente en el cuarto mundo, pueden comunicar entre sí por medio del e-mail, el fax y los medios visuales. Esto significa solamente que sus medios de comunicación son globales, no sus *metas*.

Quizás sea posible mostrar que existe actualmente un proceso de ampliación/extensión de todo tipo de fronteras, pero la homogeneización cultural parece ser un mito. No existe como proceso real y puro. Es una idea mítica que probablemente necesitamos para que seamos capaces de confrontar y enfatizar la idea de la diversidad cultural. "La televisión con sus imágenes fijas probablemente sugiere esta idea y evoca la venia del globalismo cultural, pero no debemos confundir un efecto esencialmente ilusorio con la realidad existente de divisiones étnicas y nacionales. Ni la televisión, ni ningún otro medio de comunicación, tienen el poder de minar estas realidades subyacentes" (Smith, 1992:12; ver también Ferguson, 1992, para discusiones al respecto).

Aspecto b

Globalización y localización, en cuanto se refieren a la cultura, son procesos interpretativos... Esto significa que no son procesos objetivos, sino que son definidos de manera diferente por sujetos diferentes, y pertenecen a comunidades diferentes, en diferentes tiempos y diferentes espacios

...

Lo que se enfatiza en este aspecto es el hecho de que la globalización y la localización no sólo se refieren a cambios abstractos que ocurren a nivel macro; también se refieren a cómo la gente, ubicada a niveles locales, percibe estos cambios. Este aspecto también retoma lo que Braman (1996) ha llamado la 'glo-

balización interpretada'. Con esto quiere decir que la relación entre las partes y la totalidad puede ser entendida como mutuamente constitutiva; lo global nunca existe fuera de lo local. De hecho, éste parece ser uno de los nuevos temas fundamentales del pensamiento sobre la globalización. El pensamiento sobre la globalización cultural no es algo completamente nuevo, sino que es algo que sencillamente se construye sobre teorías e ideas ya existentes tales como 'el pueblo global', la teoría de la dependencia, americanización/occidentalización, imperialismo cultural, imperialismo de los medios de comunicación y sincronización cultural. Pero el hecho de relacionar este pensamiento intrínsecamente con el proceso de localización provoca un punto de ruptura. Ahora reconocemos que globalización y localización son los dos puntos polares de un continuo y que el estudio de la globalización desde la perspectiva local centrada en la gente no debe ser únicamente el trabajo de antropólogos en el terreno.

Aspecto c

Globalización y localización forman de hecho un solo proceso, ya que son los dos lados de una misma moneda...

Las mismas áreas (inter)culturales en el origen (es decir, mirar programas televisivos internacionales, encuentros con turistas internacionales, contactos comerciales al interior de la economía global...) pueden llevar a ambos: un proceso de interpretación global o un proceso de interpretación local...

Esto hasta puede ocurrir dentro de la misma comunidad interpretativa. Por esta razón, los procesos están intrínsecamente relacionados entre sí...

El punto importante es aquí que podemos identificar diferentes *áreas de origen* del proceso de globalización/localización. Las áreas de origen -causas o fuentes del proceso- contribuyen de una u otra manera al proceso de globalización y localización. La globalización/localización es un proceso de cambio, es un resultado de actos e interacciones. Encuentra su origen en la comunicación porque toda interacción es comunicación. Podemos distinguir entre las diferentes áreas de origen: 'comunicación personal', 'comunicación institucional' y 'comunicación como producto'. Estas áreas se refieren a la comunicación entre 'gente que vive

en un ámbito local particular' por una parte, y, por otra parte, 'gente de otros ámbitos locales' (P), 'instituciones' (I) y 'productos' (P), respectivamente. Son estas áreas o procesos de comunicación las que podemos enfocar para captar el proceso de globalización/localización (ver Cuadro 1).

La *comunicación personal* (P) entre miembros del grupo cultural propio y miembros de un grupo cultural externo es la primera área importante de origen. Todo tipo de migración intercultural de larga duración o permanente (migración laboral, intercambios estudiantiles, voluntarios en la cooperación al desarrollo, presencia militar, etc.), y todo tipo de encuentros de corta duración, como los del turismo 'internacional' (migración vacacional) constituyen elementos importantes de interés. Sobre todo en muchos 'países en desarrollo', el turismo es considerado como un factor importante del proceso de globalización/localización. Esto se debe principalmente a que los encuentros son de corta duración. Ya que no hay tiempo para conocerse mutuamente, la gente de ambos lados construye muchas suposiciones. Así, estos encuentros de corta duración típicos de la industria turística tienen una influencia importante sobre los procesos interpretativos de la globalización y la localización.

Comunicación institucional (I) es la segunda área de origen que hemos distinguido. En el campo de la comunicación y la cultura, es importante darse cuenta del hecho de que no sólo la televisión internacional (como institución) aporta elementos al proceso de globalización/localización. Otras formas de *comunicación institucional*, tales como el cine, la radio, las telecomunicaciones, el Internet, etc. también son responsables. Además, no es sólo la industria de los medios de comunicación la que juega un rol importante en los cambios culturales. Otras instituciones -que a veces se traslapan- como la industria cultural en general, religion(es), la política global, el arte, la ciencia, la economía y el comercio, el turismo, el capitalismo y la producción, etc., también participan en los procesos de cambio.

Vale la pena dar un poco más explicación sobre lo que entendemos por 'comunicación institucional'. En primer lugar, 'comunicación institucional' se refiere a la comunicación que está institucionalizada. Se refiere a prácticas que se repiten de manera regular y continua y que son legitimizadas y mantenidas por

normas sociales. Así, por ejemplo, un 'flujo de poder' en una sociedad particular es aceptado por la mayoría de la gente que vive en esta sociedad. Por esta razón, este poder aceptado ha sido institucionalizado. Lo mismo puede ser cierto para un 'flujo de programas televisivos' o un 'flujo de gente'. Es el flujo mismo el que ha sido institucionalizado. El hecho de estar institucionalizado no significa de ninguna manera que no haya cambio. Los cambios ocurren dentro de las instituciones. Los programas televisivos o la gente que huye de un país a otro cambia a lo largo del tiempo, pero la institución sigue allí. Así, por una parte, la 'comunicación institucional' puede ser considerada como 'flujos que se han institucionalizado'. Sin embargo, éste no es nuestro tema de interés.

Lo que nos interesa es la 'comunicación con las instituciones' (= comunicación institucional como interacción). Aquí nos referimos a la comunicación entre personas e instituciones en la sociedad (por ejemplo, percepciones y opiniones generales sobre las instituciones; por ejemplo, «La televisión estimula la fantasía y la creatividad de mis hijos»; «Pienso que el turismo es bueno para nuestra sociedad»; «Toda esta publicidad en nuestras calles es muy fea ... Todo está en inglés»). En este caso, la 'comunicación institucional' está compuesta de ideas y opiniones generales sobre las instituciones. Aquí se pone el acento en las *interpretaciones/percepciones* sobre las instituciones de parte de la gente que vive en ámbitos locales. La diferencia entre 'comunicación institucionalizada' y 'comunicación con las instituciones' consiste en que la primera es un flujo comunicativo top-down; la segunda es solamente un proceso de interpretación, o sea de consumo. La 'comunicación institucionalizada' es un prerrequisito para el proceso interpretativo bottom-up de la 'comunicación con las instituciones', pero más allá no es interesante para la perspectiva de la globalización/localización que se centra en la gente.

Una de las instituciones más importantes que debe ser analizada al interior del área de la comunicación institucional es la institución de los 'medios masivos de comunicación' como parte de la industria cultural. Como área de origen, esta institución puede ser estudiada como una forma de la comunicación institucionalizada. En este caso, se puede estudiar el flujo top-down de la comunicación o de los productos mediáticos (programas televisivos, pelícu-

las, periódicos, etc.) y el flujo top-down del poder (la política de los medios masivos de comunicación). El estudio de estos flujos se analizará más adelante bajo el aspecto (d). En el caso de la 'comunicación con las instituciones', que es nuestro tema, enfocamos hacia la comunicación entre las personas y la institución de los medios de comunicación masiva, es decir, las percepciones sobre las instituciones. Al interior de los paisajes de los medios existentes, la televisión es uno de los temas claves debido a su comunicación por medio del habla y de imágenes, su amplia disponibilidad y su contenido (posible) de/para otras culturas. Por esta razón, habría que enfocar principalmente las percepciones sobre la televisión como institución (un ejemplo de la industria cultural). Otras formas de 'comunicación con las instituciones' se refieren a otras dos áreas de origen: el turismo como institución (la industria del turismo) y los bienes de consumo como institución (el lado productivo de la industria de consumo).

La *comunicación con el producto* (P) es la tercera área de origen. La comunicación *con* todo tipo de productos (de consumo) ('internacionales') y la comunicación *con respecto* a todo tipo de productos ('internacionales') (por ejemplo, la publicidad) contribuyen al proceso de globalización y localización. Este campo de estudio es actualmente conocido como la cultura material y la cultura del consumo. Al interior de este campo de estudio, los productos pueden ser divididos en dos grupos principales. Por un lado, tenemos *productos culturales/mediáticos*, como los programas televisivos 'internacionales', películas de acción, video clips, libros, obras de teatro, etc. Por el otro lado, tenemos los *bienes de consumo*, tales como los alimentos, ropa Nike, gorras de béisbol, ropa de Benetton y la publicidad (en la calle) para estos productos, y otros medios de consumo y productos culturales/mediáticos. La comunicación con estos bienes/productos (consumo/'cosas u objetos en uso') es considerada como una tercera área de origen.

Las tres áreas mencionadas pueden ser consideradas como las fuentes de los procesos de globalización y localización más importantes. El hecho de describir estas áreas de origen 'internamente como instituciones', y 'como interacción o en interacción con la gente local' ya nos da una indicación clara del proceso de globalización/localización.

**CUADRO 1 - AREAS DE ORIGEN DE
GLOBALIZACIÓN Y LOCALIZACIÓN**

AREAS DE ORIGEN	INCLUSIÓN	CASOS POSIBLES	EJEMPLOS DE CASOS
Comunicación personal (P)	Comunicación verbal y no verbal entre la gente	Comunicación entre gente de diferentes culturas	Comunicación con turistas de una cultura diferente
Comunicación institucional (I)	Comunicación con instituciones (interpretaciones bottom-up de las instituciones como una totalidad)	<ul style="list-style-type: none"> * La industria cultural/mediática * La industria de consumo * La industria turística (como un ejemplo de migración de personas) 	<ul style="list-style-type: none"> * Percepciones de los medios de comunicación/televisión como instituciones * Percepciones de industrias tales como Nike, McDonald's * Percepciones de la industria turística y del flujo de migrantes
Comunicación con el producto (P)	<ul style="list-style-type: none"> * Productos culturales/mediáticos * Bienes de consumo 	<ul style="list-style-type: none"> * Programas televisivos * Artefactos turísticos * Bienes de lujo * Ropa <p>Productos públicos</p>	<ul style="list-style-type: none"> * Mirar <i>Baywatch</i>, <i>Neighbours</i> * Comprar y poseer máscaras, vasijas * Beber Coca-Cola * Llevar ropa Nike, Benetton * Mirar la publicidad, los coches, gente en lugares públicos

Aspecto d

La globalización y la localización como un solo proceso relacionado se refieren a la adopción/integración y la disociación/desintegración de elementos culturales que pertenecen a un 'grupo externo' o a otro nivel socio-cultural...

Las PIPs surgen desde los diferentes niveles de la sociedad, a saber el nivel global, el nacional y el local. Las áreas de origen mencionadas anteriormente pueden, por esta razón, atribuirse a diferentes niveles de origen. Coca-Cola y *Baywatch* son, por ejemplo, productos globales. Productos nacionales son, por ejemplo, programas televisivos nacionales o símbolos nacionales, tales como banderas o himnos nacionales. Los productos locales, tales como alimentos locales, se originan en diferentes ámbitos locales. Aún si los ejemplos dados anteriormente parecen bastante claros, la pregunta importante que se plantea aquí es, naturalmente: «Cuáles criterios utilizamos para clasificar gente, instituciones y productos en cuáles niveles?» En nuestra opinión, éste es un problema fundamental del diseño de la investigación. Parecemos tener dos opciones. O bien, nosotros, como investigadores desde afuera, clasificamos los PIPs en los niveles, o bien, dejamos que la gente local, es decir los investigados, lo hagan. Utilizar el origen de la producción como un factor determinante no es una opción válida en este caso. Un producto puede ser de producción doméstica, pero de uso global.

Las tres áreas de origen (comunicación personal, comunicación institucional y comunicación con el producto) y los tres niveles sociales de origen (global, nacional y local) pueden ser enmarcados en cuatro flujos (que se discutirán mas adelante). Los diferentes tipos de flujos pueden ser considerados como responsables del proceso hacia arriba/hacia afuera de la globalización y del proceso hacia abajo/hacia adentro de la localización. Enfocar el proceso de globalización/localización desde el ángulo de los flujos coincide con el enfoque discutido anteriormente, a saber desde el ángulo de la comunicación. Los siguientes flujos pueden ser detectados: el flujo de comunicación, el flujo de poder,

el flujo de interpretación cultural y el flujo participativo. Los dos primeros son flujos top-down. Los dos últimos son flujos bottom-up. Es importante observar que el flujo de comunicación y el flujo de poder pueden ser considerados en sí mismo como instituciones en el sentido que mencionamos antes (comunicación institucionalizada top-down).

El flujo de comunicación es el flujo top-down de personas y productos (tanto productos culturales/mediáticos como bienes de consumo). Las instituciones no pueden ser estudiadas como si fluyeran top-down, puesto que los flujos mismos son las instituciones. El flujo de comunicación, en el caso del flujo de los productos culturales, arranca con el productor del producto y termina con el que lo mira, lo escucha o lo lee en algún ámbito local. El consumo mismo de parte del consumidor no está incluido en el flujo de comunicación. En otras palabras, la parte mensajera de la comunicación es lo que se estudia aquí y esta parte mensajera es considerada como una institución (ver, por ejemplo, Servaes & Maillkhaio, 1998). *El flujo de poder* es el flujo top-down de la política y del poder con respecto al flujo de gente y de productos (regulación).

El flujo de interpretación cultural es el flujo bottom-up de interpretaciones de parte de personas que viven en un ámbito geográfico. La gente da significados al interpretar los PIPs. *El flujo participativo* es el flujo bottom-up de la acción. Esta acción se refiere a la participación activa en la industria cultural, la industria turística y/o la industria de consumo. Este flujo puede, por ejemplo, incluir movimientos alternativos, acciones turísticas alternativas o la producción de reproducciones locales de variantes de productos extranjeros, etc. Sin embargo, no necesariamente tiene que haber acción *alternativa*. También se puede tratar de un trabajo en un McDonald's o en una planta de Coca-Cola. *El discurso local*, o simplemente lo que platica la gente, constituye el último 'flujo' circular del estudio. La gente habla de los fenómenos de globalización y localización. Los medios de comunicación masiva locales y nacionales informan sobre temas relacionados con la globalización y la localización. Este discurso local

es importante porque aborda temas como la integración o el rechazo de aspectos de las áreas. Es por esta razón que debe ser estudiado como local y no como comunicación intercultural.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

ALLEYNE, M.D. (1995). *International Power and International Communication*, London: MacMillan.

ANG, I. (1998). Doing Cultural Studies at the Crossroads. Local/global Negotiations, *European Journal of Cultural Studies*, 1(1):13-31.

APPADURAI, A. (1996). Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy. In: APPADURAI, A. (1996), *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*, Minneapolis: University of Minnesota Press, pp. 27-47. [reprinted, in revised form from: APPADURAI, A. (1990). Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy, *Public Culture*, 2: 1-24.]

APPADURAI, A. (1995). The Production of Locality. In: FARDON, R. (ed.), *Counterworks; Managing the Diversity of Knowledge*, London: Routledge, pp. 204-225.

AXFORD, B. (1995). *The Global System. Economics, Politics and Culture*, Cambridge: Polity Press.

BRAMAN, S. (1996). Interpenetrated Globalisation: Scaling, Power, and the Public Sphere. In: BRAMAN, S. & SREBERNY-MOHAMMADI, A. (eds.), *Globalisation, Communication and Transnational Civil Society*, Cresskill: Hampton Press, pp. 21-36.

BRAMAN, S. & SREBERNY-MOHAMMADI, A. (eds.) (1996). *Globalization, Communication and Transnational Civil Society*, Cresskill: Hampton Press.

BRAITHWAITE, E.K. (1974). *Contradictory Omens: Cultural Diversity and Integration in the Caribbean*, Mona: Savacou Publications.

CICOUREL, A.V. (1981). Notes on the Integration of Micro- and Macro-levels of Analysis. In: KNORR-CETINA, K.D. & CICOUREL, A.V. (eds.), *Advances in Social Theory and*

Methodology; Toward an Integration of Micro- and Macro-Sociologies, London: Routledge.

CLIFFORD, J. (1997a). *Routes: Travel and Translation in the Late Twentieth Century*, Cambridge: Harvard University Press.

CLIFFORD, J. (1997b). Diaspora. In: GUIBERNAU, M. & REX, J. (eds.). *The Ethnicity Reader. Nationalism, Multiculturalism and Migration*, Cambridge: Polity Press, pp. 283-290.

CLIFFORD, J. (1992). Travelling Cultures. In: GROSSBERG, L., NELSON, C. & TREICHLER, P. (eds.), *Cultural Studies*, London: Routledge.

COHEN, A.P. (1985). *The Symbolic Construction of Community*, London: Routledge.

DE MOOIJ, M. (1997). *Global Marketing and Advertising. Understanding Cultural Paradoxes*, London: Sage.

DEWALT, B.R. & PELTO, P.J. (1985). Microlevel/Macrolevel Linkages: An Introduction to the Issues and a Framework for Analysis. In: DEWALT, B.R. & PELTO, P.J. (eds.), *Micro and Macro Levels of Analysis in Anthropology; Issues in Theory and Research*, London: Westview Press.

EADE, J. (1996). *Living the Global City. Globalization as Local Process*, London: Routledge.

FARDON, R. (ed.) (1995). *Counterworks; Managing the Diversity of Knowledge*, London: Routledge.

FEATHERSTONE, M. (1995). *Undoing Culture; Globalization, Postmodernism and Identity*, London: Sage.

FEATHERSTONE, M. (ed.) (1990). *Global Culture; Nationalism, Globalization and Modernity*, London: Sage.

FERGUSON, M. (1992). *The Mythology about Globalisation*, *European Journal of Communication*, 7:69-93.

FRIEDMAN, J. (1994). *Cultural Identity and Global Process*, London: Sage.

GARCÍA CANCLINI, N. (1995). *Hybrid Cultures*, Minneapolis: University of Minnesota Press.

GEERTZ, C. (1983). *Local Knowledge*, New York: Basic Books.

GEERTZ, C. (1973). *The Interpretation of Cultures*, New York: Basic Books.

GIDDENS, A. (1999). *Runaway World Lecture 1: Globalisation*, Reith Lectures 1999, London (http://news.bbc.co.uk/hi/english/static/events/reith_99/week1/week1.htm).

GIDDENS, A. (1998). *The Third Way. The Renewal of Social Democracy*, Cambridge: Polity Press.

GIDDENS, A. (1994). *Beyond Left and Right: The Future of Radical Politics*, Cambridge: Polity Press.

GIDDENS, A. (1990). *The Consequences of Modernity*, Cambridge: Polity Press.

HALL, S. (1991). The Local and the Global: Globalization and Ethnicity. In: KING, A.D. (ed.), *Culture, Globalization and the World-System: Contemporary Conditions for the Representation of Identity*, London: Macmillan, pp. 19-39.

HALL, S. (ed.) (1997). *Representations: Cultural Representations and Signifying Practices*, London: Sage (book 2 in the series Culture, Media and Identities).

HAMELINK, C.J. (1994a). *The Politics of World Communication; A Human Rights Perspective*, London: Sage.

HAMELINK, C.J. (1994b). *Trends in World Communication; On Disempowerment and Self-empowerment*, Penang: Southbound.

HANNERZ, U. (1997). Borders, *International Social Science Journal*, 154:537-548.

HANNERZ, U. (1992). *Cultural Complexity; Studies in the Social Organization of Meaning*, New York: Columbia University Press.

HANNERZ, U. (1987). The World in Creolization, Africa; *Journal of the International African Institute*, 57(4):546-559.

HENDERSON, M.G. (1995). Introduction: Borders, Boundaries, and Frame(work)s. In: HENDERSON, M.G. (ed.), *Borders, Boundaries, and Frames. Essays in Cultural Criticism and Cultural Studies*, London: Routledge, pp. 1-30.

HILBERT, R.A. (1990). Ethnomethodology and the Micro-Macro Order, *American Sociological Review*, 55(6):794-808.

HOFMANN, S. (1997). Transculturation and Creolization: Concepts of Caribbean Cultural Theory. In: YOUNG, R.A. (ed.), *Latin American Postmodernisms*, Amsterdam: Rodopi.

HOLTON, R.J. (1998). *Globalization and the Nation-State*, London: Macmillan.

HOWES, D. (ed.) (1996). *Cross-Cultural Consumption. Global Markets, Local Realities*, London: Routledge.

JACOBSON, T. & SERVAES, J. (eds.) (1999). *Theoretical Approaches to Participatory Communication*, Cresskill: Hampton Press.

JOHNSTON, H. & KLANDERMANS, B. (eds.) (1995). *Social Movements and Culture*, London: University College Press.

JONES, S.G. (1995). Understanding Community in the Information Age. In: JONES, S.G. (ed.), *CyberSociety; Computer-mediated Communication and Community*, London: Sage, pp. 10-35.

KEMENY, J. (1976). Perspectives on the Micro-Macro Distinction, *Sociological Review*, 24(4):731-752.

KING, A.D. (ed.) (1991). *Culture, Globalization and the World-System*, London: Macmillan.

KNORR-CETINA, K.D. (1981). Introduction: The Micro-Sociological Challenge of Macro-sociology: Towards a Reconstruction of Social Theory and Methodology. In: KNORR-CETINA, K.D. & CICOUREL, A.V. (eds.), *Advances in Social Theory and Methodology; Toward an Integration of Micro- and Macro-Sociologies*, London: Routledge.

LASH, S. & URRY, J. (1994). *Economies of Signs and Space*, London: Sage.

LIE, R. & SERVAES, J. (2000). Globalization: consumption and identity – towards researching nodal points. In: WANG, G., SERVAES, J. & DOONASEKERA A. (eds.), *The New Communications Landscape. Demystifying Media Globalization*, London: Routledge.

LIE, R. (2002), *Intercultural communication spaces*, Cresskill: Hampton Press.

LINNEKEN, J. & POYER, L. (eds.) (1990). *Cultural Identity and Ethnicity in the Pacific*, Honolulu: University of Hawai'i Press.

LONG, N. & VILLARREAL, M. (1993). Exploring Development Interfaces: From the Transfer of Knowledge to the Transformation of Meaning. In: SCHUURMAN, F. (ed.),

Beyond the Impasse: New Directions in Development Theory, London: Zed Books.

LULL, J. (1998). Hybrids, Fronts, Borders. The Challenge of Cultural Analysis in Mexico, *European Journal of Cultural Studies*, 1(3):403-418.

MARTÍN BARBERO, J. (1993). *Communication, Culture and Hegemony; From the Media to Mediations*, London: Sage.

MARTIN, W.J. (1995). *The Global Information Society*, Hampshire: Aslib Gower.

MILLER, D. (1998a). *A Theory of Shopping*, Cambridge: Polity Press.

MILLER, D. (ed.) (1998b). *Material Cultures. Why Some Things Matter*, London: UCL Press.

MILLER, D. (ed.) (1995a). *Acknowledging Consumption. A Review of New Studies*, London: Routledge.

MILLER, D. (ed.) (1995b). *Worlds Apart; Modernity through the Prism of the Local*, London: Routledge.

MOWLANA, H. (1997). *Global Information and World Communication. New Frontiers in International Relations*, Second Edition, London: Sage.

MOWLANA, H. (1996). *Global Communication in Transition; The End of Diversity?*, London: Sage.

NEDERVEEN PIETERSE, J. (1994). Globalisation as Hybridisation, *International Sociology*, 9(2):161-184.

PARKINS, C. (1996). North-South Relations and Globalization after the Cold War. In: BRETHERTON, C. & PONTON, G. (eds.), *Global Politics; An Introduction*, Oxford: Blackwell.

PRATT, M.L. (1992). *Imperial Eyes: Travel Writing and Transculturalisation*, London: Routledge.

ROBERTSON, R. (1995). Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity. In: FEATHERSTONE, M., LASH, S. & ROBERTSON, R. (eds.), *Global Modernities*, London: Sage, pp. 25-44.

ROBERTSON, R. (1992). *Globalization: Social Theory and Global Culture*, London: Sage.

ROWE, W. & SCHELLING, V. (1991). *Memory and Modernity: Popular Culture in Latin America*, London: Verso.

SAFRAN, W. (1991) Diasporas in Modern Societies: Myths of Homeland and Return, *Diaspora*, 1(1):83-99.

SCHLESINGER, P. & MORRIS, N. (1997). Cultural Boundaries: Identity and Communication in Latin America, *Media Development*, 1 (<http://www.wacc.org.uk/media/culture.html>).

SERVAES, J. (1999). *Communication for Development. One World, Multiple Cultures*, Cresskill: Hampton Press.

SERVAES, J. (1997). Mass Media and Fragmented Identities. In: SERVAES, J. & LIE, R. (eds.), *Media & Politics in Transition. Cultural Identity in the Age of Globalization*, Leuven: ACCO, pp. 77-88.

SERVAES, J. (1989). *One World, Multiple Cultures; A New Paradigm on Communication for Development*, Leuven: ACCO.

SERVAES, J. & MALIKHAO, P. (1998). A Critical Examination of a UNESCO Study on Television Flows in Europe and Asia. In: MELKOTE, S., SHIELDS, P. & AGRAWAL, B. (eds.), *International Satellite Broadcasting in South Asia. Political, Economic and Cultural Implications*, Lanham: University Press of America, pp. 273-294.

SHORT, J.R. & KIM, Y.-H. (1999). *Globalization and the City*, London: Longman.

SKLAIR, L. (1991). *Sociology of the Global System: Social Change in Global Perspective*, Hemel Hempstead: Harvester Wheatsheaf.

SMITH, A.D. (1995). *Nations and Nationalism in a Global Era*, Cambridge: Polity Press.

SMITH, A.D. (1992). *Is There a Global Culture?*, *Intermedia*, 20(4-5):11-12.

SMITH, A.D. (1991). *National Identity*, London: Penguin.

SMITH, A.D. (1990). Towards a Global Culture?. In: FEATHERSTONE, M. (ed.) (1990), *Global Culture; Nationalism, Globalization and Modernity*, London: Sage, pp. 171-191.

SPYBEY, T. (1995). *Globalization and World Society*, Cambridge: Polity Press.

SREBERNY-MOHAMMADI, A., WINSECK, D. &

MCKENNA, J. (1997). *Media in Global Context. A Reader*, London: Arnold.

SREVERNY-MOHAMMADI, A. (1991). The Global and the Local in International Communications. In: CURRAN, J. & GUREVITCH, M. (eds.), *Mass Media and Society*, London: Arnold.

STARING, R., VAN DER LAND, M., TAK, H. & KALB, D. (1997). Localizing Cultural Identity. In: Globalization/Localization: Paradoxes of Cultural Identity, Special Issue *Focaal, Tijdschrift voor Antropologie*, 30/31:7-21.

SWIDLER, A. (1995). Cultural Power and Social Movements. In: JOHNSTON, H. & KLANDERMANS (eds.), *Social Movements and Culture*, London: University College Press, pp. 25-40.

TOMLINSON, J. (1999). *Globalization and Culture*, Cambridge: Polity Press.

TOMLINSON, J. (1997). Cultural Globalization and Cultural Imperialism. In: MOHAMMADI, A. (ed.), *International Communication and Globalization. A Critical Introduction*, London: Sage, pp. 170-190.

TOMLINSON, J. (1996). Cultural Globalisation: Placing and Displacing the West, *The European Journal of Development Research*, 8(2):22-35.

TOMLINSON, J. (1994a). A Phenomenology of Globalization? Giddens on Global Modernity, *European Journal of Communication*, 9(2):149-72.

TOMLINSON, J. (1994b). Mass Communications and the Idea of a Global Public Sphere; The Political Agenda of Globalisation, *Journal of International Communication*, 1(2): 57-70.

TOMLINSON, J. (1991). *Cultural Imperialism*, London: Pinter Publishers.

URRY, J. (1995). *Consuming Places*, London: Routledge.

URRY, J. (1990). *The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies*, London: Sage.

USUNIER, J.-C. (1996). *Marketing Across Cultures*, London: Prentice Hall.

VILA, P. (1999). Constructing Social Identities in Trans-

national Contexts: The Case of the Mexico-US border, *International Social Science Journal*, UNESCO, 159:75-87.

WATERS, M. (1995). *Globalization*, London: Routledge.

WHITE, S.A., NAIR, K.S. & ASCROFT, J. (eds.) (1994). *Participatory Communication. Working for Change and Development*, London: Sage.

CIDADANIA, MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSAS, ASSOCIATIVISMO E MOVIMENTOS SOCIAIS

*Maria da Glória Gohn**

INTRODUÇÃO

Este texto se divide em duas partes. A primeira, de ordem teórica-conceptual, discute o conceito de cidadania, central na abordagem deste painel, "Meios de Comunicação de Massa e Cidadania", assim como na temática central deste congresso. Outros conceitos de apoio como cultura, cultura de massa, e cultura política são também analisados no universo do desenvolvimento histórico da construção da noção 'meios de comunicação de massa'. A segunda parte focaliza as formas associativismo civil presente na sociedade civil organizada (movimentos, ONGs e outras fundações) e indaga, como os meios de comunicações de massa interagem com esse associativismo, como aqueles meios influenciam a dinâmica, o conteúdo das demandas e as representações que se criam sobre aquelas formas. O texto finaliza com um processo inverso: como os movimentos e as ONGs desenvolvem suas próprias mídias, de resistência ou de busca de integração na ordem social excludente.

A primeira parte é necessária porque atualmente vivemos um clima de debate intelectual e de discurso político onde predominam abordagens heterodoxas - grande parte delas são confusas e os conceitos são ressignificados segundo os interesses de cada grupo ou autor-sem a explicitação de seus referencias, os projetos políticos que os sustentam, seus valores, visão de mundo e como entendem os processos de mudança e transformação social. Por um lado este fato revela um momento de transição fértil, onde as leituras dogmáticas ou simplificadoras da realidade não têm mais

**Professora da UNICAMP*

lugar porque reconhece-se a pluralidade, a diversidade e os problemas causados pelas leituras unilaterais, rejeita-se as abordagens ortodoxas, com verdades absolutas e explicações únicas; por outro lado, a não explicitação dos referenciais tem gerado discursos e debates vazios de conteúdos e significados, não contribuindo para o processo de entendimento da realidade social e nem à produção do conhecimento. Assim, o conceito de cidadania será analisado do ponto de vista de sua construção histórica, pontuando-se brevemente, correntes, autores e seus desdobramentos - cidadania liberal, comunitária, social-democrata, política, plena, coletiva, multicultural, planetária etc.

CIDADANIA

Dentre os conceitos utilizados pelos intelectuais, políticos e pela mídia, cidadania é, provavelmente, o que tem sofrido o maior uso (e abuso) de significados/ressignificados. Sabemos que o conceito de cidadão advém da Grécia clássica, dos séculos V e IV AC. Ele surgiu associado às primeiras formas de democracia. Aristóteles definiu o cidadão como "todo aquele que tinha o direito (e conseqüentemente o dever) de contribuir para a formação do governo, participando ativamente das assembléias onde se tomavam as decisões que envolviam as coletividades e exercendo os cargos que executavam essas decisões" (Apud Coutinho, 2000:51). Foi na Grécia que se criou a tradição da cidadania política, com uma cultura política onde a sociedade ideal é justa, e os indivíduos devem ser portadores de virtudes cívicas. Mas a universalidade não existia na cidadania grega pois os escravos, as mulheres e os estrangeiros eram excluídos dos direitos de cidadania. Tratava-se da cidadania que confere direitos políticos, tidos como direito à participação no governo. A cidadania pertencia à esfera pública e a esfera privada deveria à ela se subordinar.

Janoski (1998) destaca três abordagens teóricas principais sobre a cidadania: a abordagem francesa de Alex Toqueville e de Emile Durkheim sobre cultura cívica e o perfil do

cidadão democrático; a abordagem marxista/gramsciana sobre sociedade civil (que a nosso ver deve ser complementada pelo debate contemporâneo desenvolvido pelos seguidores da teoria crítica da Escola de Frankfurt, sobre este conceito e suas relações com a esfera pública, desenvolvido por J. Habermas, Andrew Arato, e Axel Honneth); e o estudo clássico de Alfred Marshall sobre os direitos da cidadania.

Sabemos que direitos civis surgem com o advento do liberalismo quando a cidadania torna-se uma questão social. Tratava-se de duas ordens de direitos - os naturais e imprescritíveis do ser humano, a saber: liberdade de pensamento e de expressão, igualdade perante a lei e direito à propriedade; e os direitos da nação - soberania nacional e separação dos poderes : executivo, legislativo e judiciário. A Declaração dos Direitos do Homem de 1789 firmou a propriedade como direito supremo. Com isso nasceu o sujeito político burguês: o cidadão-que deveria ser um proprietário. Tinha direitos por ser um ser humano proprietário e não por ser membro da pólis, como na Grécia. Para Diderot, a propriedade faz o cidadão. John Locke cria uma visão individualista e instrumental da cidadania, iniciando uma tradição liberal do direito natural, o jusnaturalismo. "A tarefa fundamental do governo seria precisamente a garantia desses direitos naturais, inalienáveis. Entre tais direitos inalienáveis, Locke priorizava o direito à propriedade, que incluiria não só os bens materiais dos indivíduos, mas também sua vida e sua liberdade" (apud Coutinho, 2000:52). Criam-se os direitos civis, aos cidadãos-proprietários, num momento em que as demandas das classes proprietárias estavam em ascensão contra um Estado absolutista. Eram direitos individuais que limitavam o poder do Estado sobre o cidadão, sob sua vida privada. Locke justificava a diferenciação de direitos entre o povo-especialmente a classe trabalhadora, e a burguesia porque a primeira-acostumada com o arado e a enxada, usava somente as mãos e não a cabeça. Não seria capaz de pensar, de ter idéias sublimes, de agir com racionalidade e sequer de governar suas próprias vidas. Deveriam ser governados, eram desordeiros, ameaçam a ordem vigente, e também não necessitavam da educação, do saber pois esta

era privilégio dos cidadãos. Aos pobres trabalhadores bastava que acreditassem em algo-daí a importância na difusão e divulgação de determinadas crenças.

A concepção liberal trata os direitos como direitos contratuais onde as relações sempre contemplam reciprocidades: a cada direito corresponde a uma obrigação, seguindo a tradição do modelo da Roma antiga e do Direito Romano. Litz Vieira, numa resenha notável sobre o conceito de cidadania, destaca também na concepção liberal o pensador John Rawls e sua contribuição ao debate sobre os direitos de liberdade e de igualdade. Rawls se ocupa em demonstrar a inviabilidade de uma concepção única de justiça dada a necessidade de se “tolerar” (termo tão caro aos liberais) a diversidade. O “cidadão é concebido, pela teoria liberal, como um indivíduo responsável pelo exercício de seus direitos. A cidadania encontra-se, assim, estreitamente relacionada à imagem pública do indivíduo como cidadão livre e igual, e não às características que determinam sua identidade.[...]Na visão liberal, a cidadania é um acessório, não um valor em si mesmo” (Vieira, 2001:38 e 39). Trata-se de um acessório, um status de pertença porque, no esquema de reciprocidades, à proteção dos direitos dos cidadãos oferecida pelo Estado exige, como contrapartida, um nível mínimo de participação: o voto e o serviço militar.

O feminismo realizou uma das críticas mais duras à teoria liberal. A crítica feminista afirma que a cidadania liberal perpetua as mulheres como cidadãs de segunda classe porque ela mantém a dicotomia que vêm desde a filosofia grega entre a esfera pública como de domínio dos homens porque exige racionalidade. Às mulheres é conferido a esfera privada e doméstica por ser compatível com o “domínio emocional feminino”.

O século XVIII e o racionalismo ilustrado mudou estas concepções. O sonho do progresso e da mudança via o uso da razão abriu espaço para a criação dos direitos sociais via a educação e com ela, a escola. A educação era vista como “instrução”. Preconizava-se uma reforma política na qual o ser humano poderia se modificar e modificar a realidade via

a absorção de conteúdos que lhe daria uma nova consciência. Com isso a questão da cidadania deixa de ter um crivo demarcatório-ser ou não ser proprietário e passa a ser uma questão educativa. Nesta concepção abre-se a possibilidade do “povo” ser considerado como um sujeito político relevante. Mas o suposto liberal clássico permaneceu no século XVIII. Adam Smith justificava a necessidade da educação em função da divisão do trabalho e do capital.

No século XIX a questão da cidadania se estende às massas, via o direito à educação. O povo, as massas, deveriam ser instruídas para se tornarem ordeiras, obedientes, livres de superstições religiosas e místicas, aptos a cooperarem para o bem comum. Aprender a ler, contar, ter rudimentos de geometria e de mecânica era preconizado como o conteúdo básico deste processo educacional, com conotação moral, de disciplinamento para a convivência harmônica; uma cidadania passiva que criou um novo ator como responsável por este processo: o Estado. Com isso desloca-se a questão da cidadania para a questão do poder. Os direitos eram outorgados pelo Estado numa sociedade onde havia cidadãos ativos e outros passivos, segundo suas propriedades..

A abordagem de Durkheim Toqueville destacará outro eixo no tema da cidadania. Trata-se do comunitarismo e da comunidade como referência fundante, segundo supostos já desenvolvidos por Rousseau. A sociedade sustenta-se pela ação e pelo apoio dos grupos, contrariamente às decisões atomistas do indivíduo no âmbito liberal. Seu principal objetivo consiste em construir uma comunidade baseada em valores centrais, como identidade comum, solidariedade, participação e integração” (Vieira, 2001:39). Os direitos devem ser conferidos à medida que as obrigações são cumpridas, supondo-se que os indivíduos são membros de comunidades políticas maiores. A cidadania é uma virtude a ser conquistada no exercício de práticas identitárias, é uma prática em busca do bem comum.

No século XX surgirão teorias específicas sobre a cidadania, no contexto da teoria democrática. Destaca-se o estudo de Marshall, elaborado em 1949 na Inglaterra, conside-

rado a primeira teoria sociológica sobre a cidadania. Marshall estabeleceu uma tipologia destes direitos em: civis, políticos e sociais. Os primeiros relativos as liberdades individuais - considerados fundamentais para a ação dos indivíduos (conquistados naquele país no século XVIII,); o segundo, relativo ao voto- conquistado no século XIX, e o direito à participação em organizações. Tanto os direitos civis como os políticos são chamados de direitos de primeira geração. Os direitos sociais, tidos como modernos, foram alcançados no século XX, e considerados como de segunda geração - direitos trabalhistas, greves, a um salário que assegure uma dada renda real, à educação pública universal, laica e gratuita, à saúde, à habitação, à previdência, à assistência etc. A maioria destes direitos deveriam ser assegurados por um Estado de Bem Estar Social. Marshall filia-se a tradição evolucionista e social-democrata que vê a cidadania de forma linear e etapista.

Outras concepções sobre a cidadania também surgirão no século XX.. A concepção estatal se amplia e disciplinará não só os direitos mas, fundamentalmente, os deveres. É a cidadania regulamentada pelo estado. Consolida-se a concepção comunitarista de cidadania, já esboçada séculos antes por Rousseau. Surgem versões neoliberais também: o cidadão é o homem civilizado, educado para conviver solidariamente com seus pares, participante de uma comunidade de interesses. A escola tem um papel fundamental para formar este cidadão, um tanto estigmatizado, idílico, vivendo em relações diretas. Os livros didáticos antigos- especialmente as cartilhas, eram expressões desta concepção. Será nas últimas décadas do século XX que será criada outras concepções que nos parece relevantes no estudo e análise dos processos de mudança e transformação social: a cidadania coletiva, cidadania diferenciada, e cidadania planetária. Ocorre uma ampliação da cidadania e com "esse processo progressivo e permanente de construção de direitos democráticos que atravessa a modernidade- termina por se chocar com a lógica do capital" (Coutinho, 2000:66).A cidadania coletiva é um exemplo. Ela parte de um enfoque que se desloca do conceito tradicional-centralizado no indivíduo (em seus direitos civis ou políticos),

para a cidadania de grupos coletivos que vivem situações similares, do ponto de vista da forma como são excluídos ou incluídos numa dada realidade social. Quer seja por motivos socio-econômicos (situação de pobreza, desemprego ou não garantia de acesso ao trabalho e seu usufruto); quer seja por razões identitárias/culturais (raça, etnia, sexo, nacionalidade, religião etc.), a cidadania coletiva une coletivos sociais da sociedade civil e pressiona o Estado pela regulamentação, implementação e vigilância da aplicabilidade de direitos de inúmeras ordens. Os movimentos sociais, populares e não populares, rurais e urbanos, são os sujeitos históricos que construíram e expressam a cidadania coletiva (Gohn, 2001; 2002a). A cidadania coletiva, muitas vezes, choca-se com a lógica do capital porque questiona um dos pilares do sistema capitalista que é a propriedade privada e propõe a propriedade coletiva. No Brasil, a velha distinção entre os direitos de uso e de posse resolveram essa questão para o caso do solo urbano, nos litígios relacionados às ocupações por grupos em favelas e outras áreas sub-normais. Criou-se o Direito Real de Uso conferindo a posse, por longos períodos, mas não a propriedade. Foi preciso uma longa caminhada para se chegar ao Estatuto da Cidade que possibilitará a legalização da terra aos seus "reais" ocupantes.

A cidadania multicultural ou diferenciada proposta por Kymlicka (1995), focaliza a diversidade étnica entre grupos de uma mesma sociedade como central em suas análises. Os imigrantes são um caso típico. Segundo Kymlicka, as demandas dos imigrantes deram origem a uma nova geração de direitos, a Quarta geração, os direitos culturais de cidadania. Aqui a cidadania é fruto e produto de uma identidade.

O conceito de cidadania política foi desenvolvido por Walzer (1992). Inspirando-se no modelo grego, o autor atribui à participação política a mais alta forma de humanização dos indivíduos e caminho para a unidade e incorporação social. Baseado nesta potencialidade de ser fonte geradora de unidade social, Walzer contrapõe o conceito de cidadania ao conceito de sociedade civil- tratado como locus de enfrentamento crítico das reivindicações sociais, e espaço de exercício da civilidade.

A cidadania planetária surge como elaboração teórica na era da globalização, decorrente da prática de grupos sociais que não se referenciam mais a uma nação específica, a uma identidade determinada, mas a valores universais do ser humano que devem ser defendidos. O movimento antiglobalização é um exemplo deste tipo de cidadania. Composto por uma rede de redes, ele tem inovado as práticas e os discursos dos grupos, associações e movimentos que lutam pela igualdade de condições de acesso ao mercado, contra os oligopólios, monopólios etc., contra as injustiças sociais e discriminações identitárias. Ele utiliza a mídia como veículo básico de comunicação e faz das suas manifestações, um espetáculo-arte que atrai os holofotes da mídia oral, televisiva e escrita. Algumas vezes este espetáculo terminou em tragédia (vide Gohn, 2002 b).

Concordamos com Janoski quando afirma que uma teoria pertinente e cuidadosa sobre a cidadania se faz necessário com vista a três metas principais: "a- Proporcionar a oportunidade de se analisar os sistemas econômicos e políticos de diversos países em uma perspectiva comparativa, de modo a auxiliar o desenvolvimento dos direitos, sobretudo os direitos de participação; b- Possibilitar a explicação de aspectos da sociedade civil e da organização social. Uma teoria da cidadania tem o fito de organizar as reivindicações dos diversos grupos sociais e prever os resultados dos conflitos das diversas bases ideológicas.c- Dar margem à compreensão do nexo de solidariedade que mantém o conjunto social. A cidadania presume a existência de uma sociedade civil inserida em redes e conexões entre pessoas e grupos, e ainda normas e valores que exerçam papel significativo na vida social. Afinal, a cidadania desenvolve-se em comunidades de cidadãos responsáveis através da estrutura da sociedade civil" (Janoski apud Vieira, 2001: 45).

Registre-se ainda que, as políticas neoliberais dos anos 90, com suas reestruturações na base produtiva e no papel do Estado (encolhendo-o), ao mesmo tempo que expandiu o mercado, tem levado a uma diminuição da esfera social onde se desenvolve a cidadania que defendemos- a cida-

nia plena, moldada na tradição republicana, que pressupõe o conhecimento e consciência ética dos processos políticos da pólis e do mundo em que se vive. O neoliberalismo tem ressignificado a cidadania e criado um novo tipo: a cidadania voltada para o mercado ou adquirida via o mercado. Trata-se de um processo de desvirtuamento onde o cidadão transforma-se em cliente, consumidor de bens e serviços e não mais detentor de direitos, direitos esses que deveriam ser alcançados pelo acesso aos serviços públicos estatais. Exemplos de tais serviços, tratados pela lógica mercadológica como, são a educação e a saúde. Os "clientes" são tratados como objetos das ações e não como sujeitos. Entendemos sujeitos como "suporte estável e universal das representações -designa sempre a esfera do humano e suas relações historico-culturais, onde reina como entidade onipotente, plena, garantida por uma "tecnologia" do conhecimento intitulada razão" (Sodré, 2002:93).

Em resumo, a análise histórica nos revela que encontramos atributos do termo cidadania de ordem: jurídica (o mais extenso, dado pelas leis e juridização da ordem socio-econômica, política e cultural), normativos (como deveria ser o comportamento dos cidadãos ou de um "bom cidadão") e atributos construídos pelas ciências sociais, tanto na Sociologia como na Ciência Política, relacionando cidadania para além do debate sobre os direitos e as obrigações (ou deveres), entrando no campo de discussão sobre a igualdade/desigualdade; universal/particular; público/privado, singular/diverso, pertencimento/desfiliação etc. . O conjunto dessas categorias possibilitou o desdobramento do conceito de cidadania em cidadania ativa e cidadania passiva numa perspectiva processual e não atribuída, dada a priori, naturalizada pelos códigos legislativos. O que irá definir a cidadania é um processo onde encontram-se redes de relações, conjuntos de práticas (sociais, econômicas, políticas e culturais), tramas de articulações que explicam e ao mesmo tempo sempre estão abertas para que se redefinam as relações dos indivíduos e grupos com o Estado. O Estado é sempre elemento referencial definidor

porque é na esfera pública estatal que se asseguram os direitos: da promulgação à garantia do acesso, e as sanções cabíveis pelo descumprimento dos direitos já normatizados e institucionalizados.

DESENVOLVIMENTO HISTÓRICO DE TEORIAS SOBRE OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA².

Segundo Wolf (1995), as teorias sobre a sociedade de massa correspondem a um dos primeiros momentos dos estudos sobre os meios de comunicação. O interesse daqueles estudos centravam-se no entendimento dos aspectos psicológicos das ações coletivas, e um tema central se destacava na área da comunicação propriamente dita: o da propaganda. Esta atuaria como estímulo sobre os indivíduos atomizados que reagiriam com respostas cegas e irracionais, gerando movimentos. Bastava que indivíduos estivessem expostos aos estímulos perniciosos de certas mensagens para que produzissem respostas comportamentais instantâneas. Certamente que o conceito de cidadão implícito nesta formulação é o passivo, que tudo absorve e nada reelabora.

Gustave Le Bon (1895) já havia falado em massas ao se referir aos movimentos políticos das camadas populares do final do século passado como comportamento cego e irracional de movimentos de massa. Ele atribuía à civilização industrial a origem das multidões e a turbulência seria seu modo de comportamento natural. Le Bon abriu o caminho para as análises de cunho psicológico do século XX ao falar da 'alma humana', ele trata de problemas do inconsciente, da parte reprimida dos indivíduos que se manifesta com as rebeliões. Freud irá utilizar as análises de Le Bon a este respeito, alterando o sentido que o primeiro lhes atribuía. Para Freud, "nas massas não há só instinto, mas produção" (apud Martin-Barbero, 1997: 50). E muito antes de Le Bon, as massas tinham sido vistas na história como agentes externos, "turbas" perturbadoras, que provocavam medo e desprezo nas elites aristocráticas.

Tocqueville, no século XVIII, viu as massas como cha-

ve para o entendimento do início da democracia moderna, colocando-as dentro do processo histórico. Mas ele também trabalhava com uma concepção de "massa" como ameaça à ordem social, composta por ignorantes, sem moderação, desintegrando a cultura. A massa se subordinaria a qualquer coisa ou poder para obter migalhas para seu bem-estar. Tal pessimismo social já tinha tradição: La Boetie, que no século XVI havia criado o discurso da 'sevidão voluntária' onde o fracasso moral gerava pessimismo cultural.

No século XIX, Marx e Engels trabalharam com uma concepção de povo/massa radicalmente distinta, em termos de classes trabalhadoras em processo de homogeneização das condições de exploração e da capacidade de gerar uma consciência social em direção a outro modelo de sociedade.

No início do século XX as explicações centradas na psicologia social, na linha de Le Bon, são implantadas com vigor. G. Tarde (1843-1904), jurista e professor do Collège de France em 1900, enfatizou o papel das crenças e foi um dos primeiros a destacar os processos comunicativos e a formação da opinião pública. A sociologia contribuirá para a construção de um estatuto científico para as massas com Tönnies (1855-1936), ao estabelecer a distinção entre comunidade e sociedade, a qual será retomada por Weber. Nos anos 30 deste século as massas voltam à cena política, com o nazi-fascismo, e às análises teóricas. W. Reich, em 1934, deslocará o eixo da análise do comportamento irracional para o da submissão à autoridade. Mas será Ortega y Gasset (1883-1985) quem tratará da questão social em termos de massa, tornando-se um clássico dentro da linha do pensamento conservador. Seu livro, "A rebelião das massas", nos anos 30, criou uma teoria para o homem-massa, onde o termo "massa" é atribuído para um conjunto amorfo, que subverte tudo que é diferente, singular e individual, a antítese do humanista culto. Ele destaca que o grande problema para a humanidade de sua época era que se antes as massas ocupavam um espaço marginal ou secundário na sociedade, agora eram plenamente visíveis nas aglomerações da multidão. Ele achava que este processo era um retrocesso à barbárie. Para Gasset, a massa seria incapaz

de ter qualquer relação com a cultura, porque era vulgar numa leitura bastante elitizada .

Será nos anos 40 que as teorias da sociedade de massa atingirão seu auge, especialmente nos Estados Unidos, com as obras de From (1941) e Kornhauser (1959). Em 1948, Lasswell publica a teoria na qual vinha trabalhando desde os anos 30, a respeito de uma análise do conteúdo das mensagens contidas nas propagandas. Desta passou a analisar também os efeitos da propaganda sobre a audiência, os papéis do comunicador e do destinatário. É interessante destacar que, de um lado a sociedade era vista como uma massa homogênea e, de outro, as pesquisas se concentravam nos indivíduos isolados, vistos como sujeitos singulares. Esta foi uma fase de bastante desenvolvimento de pesquisas instrumentais empíricas, que se assentavam em um grande número de variáveis e faziam uso de instrumentos de pesquisa do tipo formulários e questionários. Elas se destinavam a pesquisas eleitorais, de mercado, propaganda, opinião pública etc. A fase posterior dirigiu-se às campanhas de persuasão do público, quer se trate de eleições, venda de produtos ou construção de novos valores na cultura política vigente, por meio de propagandas pelo rádio voltadas para a promoção do "espírito de tolerância e integração social" (Lazarsfeld, 1940 apud Wolf, 1995:34). Observa-se aqui a utilização da mídia para a formação de valores e a busca de consenso que servissem como contraponto ao clima de conflitos étnicos e raciais que a sociedade americana passava, em especial em relação a questão dos negros.

Daniel Bell (1960) abordou o papel do cinema, da televisão e da publicidade no processo de socialização dos indivíduos, destacando o papel da cultura e dos meios de comunicação de massa como mais importantes que a política. Por isto o título de seu livro é esclarecedor: "O Fim das ideologias". A exacerbação total do poder das massas será feita por D. Riesman (1981) ao ver na cultura de massa o princípio de inteligibilidade global do social, nos dizeres de Martin-Barbero (1997:60). Seu livro, "A Multidão Solitária" é uma apologia do poder do consumo como fonte de referên-

cia aos indivíduos (camadas médias no caso), que se diluem moldando seu "caráter" em relação ao outro. Na abordagem que enfatiza a relação das massas com os meios de comunicação destaca-se o trabalho de Moles (1967). E. Morin afirmou que a cultura de massas é um resultado típico da sociedade pós-industrial, sendo produto de uma dialética produção/consumo e gestada artificialmente no contexto da indústria cultural. Para Morin, "a cultura industrial nega de modo dialético a cultura do impresso e a cultura folclórica; desintegra-as integrando-as; desintegra o folclore, mas para com eles universalizar certos temas" (1967: 69).

A categoria cultura popular versus cultura de massa foi objeto de muitas discussões nos anos 60, 70 e no início dos anos 80 na América Latina, principalmente no Brasil. Vários fatos da conjuntura sociopolítica da época explicam esse destaque. Entre eles podemos citar nos anos 80, a difusão de pedagogias de educação popular no esforço de setores da sociedade civil para se organizar e participar na política, resultando na luta pela redemocratização do poder do Estado, então em mãos dos militares. Deve-se destacar também a crença na força e a criatividade dos grupos populares, por parte de um conjunto significativo de intelectuais da academia e do clero cristão; a crítica feita pelas lideranças articuladas pela Igreja Católica as formas centralizadoras de organizar a população por parte dos partidos tradicionais da esquerda; o surgimento de inúmeras experiências novas para a solução de problemas socioeconômicos na área da habitação, geração de renda e condições de inserção da mulher no mercado de trabalho. A cultura popular foi redefinida como sinônimo de resistência popular. E a cultura popular foi diferenciada da cultura de massa. A primeira seria produzida pelos seus participantes, criada e recriada continuamente. A segunda seria pré-fabricada para integrar os indivíduos, como meros consumidores passivos.

Nos anos 90, na era da informação, o debate sobre a cultura de massa toma outros rumos. Passa-se a falar mais em termos de cultura das mídias, midiáticas etc. (vide Dizard, 1998). Segundo Touraine (1997), há uma dessociali-

zação da cultura de massa e uma separação entre cultura e economia, mundo instrumental e mundo simbólico. "A cultura de massa penetra no espaço privado, ocupa uma grande parte dele e, como reação, reforça a vontade política e social de defender uma identidade cultural, o que conduz ao recomunitarismo". Isto porque ao submergirmos devido à globalização, temos nossa identidade ameaçada e para protegê-la "apoiamo-nos em grupos primários e reprivatizamos uma parte e as vezes a totalidade da vida pública, o que nos faz participar às vezes em atividades completamente voltadas para o exterior e inscrever nossa vida em uma comunidade que nos impõe seus mandamentos[...]e o que chamamos prudentemente minorias tende a afirmar sua identidade e a reduzir suas relações com o resto da sociedade" (Touraine, 1997: 11- 12). O autor chama atenção para possíveis resultados deste processo: uma sociedade dividida entre redes que instrumentalizam e comunidades fechadas que impedem a comunicação com os outros.

Cultura política entra no vocabulário do debate acadêmico dos anos 90 também para se contrapor à cultura de massa. Ele foi ressignificado, associado à lutas pela emancipação e não apenas relativo ao voto, às eleições, como a ciência política norte-americana o tratava até então. Nos últimos anos a cultura política voltou a ser um conceito chave em todas as áreas das ciências sociais e não apenas na ciência política. Uma das explicações pode ser dada pela importância que a cultura passou a ter nas análises dos cientistas sociais, enquanto eixo paradigmático fundamental nas explicações sobre as ações humanas vivenciadas na realidade, em detrimento das análises econômicas e políticas das décadas anteriores. Como os meios de comunicação também passaram a ter também papel central na sociedade e na política, obrigando os analistas a recorrer ao estudo dos códigos lingüísticos e audiovisuais, e aos processos interativos via multimídia, para poder compreender as novas realidades virtuais. Novas abordagens sobre a cultura política foram elaboradas, resultando numa teoria neoculturalista da política.

A importância do papel da cultura política passou a

ser atribuída à possibilidade que esta oferece para explicar a ação política dos indivíduos nos grupos sociais, o comportamento político dos indivíduos enquanto seres políticos, no sentido aristotélico e não apenas em relação às instituições políticas e/ou aos governantes, em especial no momento do voto. Com isto a ênfase desloca-se das atitudes e opiniões dos indivíduos isolados para os indivíduos como membros participantes de grupos, de coletivos sociais com uma identidade: sem-terra, negro, mulher, defensor de causas ambientalistas etc. A interação permanente entre valores antigos (que persistem por meio das tradições) e valores novos (que são agregados ao repertório das pessoas pelo fato de elas viverem num mundo globalizado, competitivo e em busca de contínuas inovações que produzam diferenciais entre os indivíduos) faz com que a cultura política seja resultado de um processo de aprendizagem, que a constrói cotidianamente, por meio de um jogo de reciprocidade. Os atores sociais possuem suas crenças e valores, mas reagem em face dos acontecimentos da política segundo a interpretação que captam das ações dos atores do mundo da política oficial, governamental. Esta interpretação é usualmente mediada pelos meios de comunicação. De tal forma que, para se entender a cultura política de um grupo social, ou de seus atores em particular, temos que decodificar o conjunto de significados - atribuídos ou construídos - no universo do imaginário e das representações sociais daqueles grupos ou indivíduos.

Portanto, a cultura política não é uma determinação passiva que explique os comportamentos humanos, mas uma força ativa, moldada pelos direitos humanos, pelo desejo de busca de soluções. É fruto de um ato educativo; considera-se a educação um processo que requer a integração de conhecimentos com habilidades, valores humanos e atitudes. Nunca pode-se negar o papel do conhecimento dado pelos conteúdos, na educação. As abordagens neoliberais só destacam as habilidades, especialmente as habilidades processuais, surgidas diretamente do mundo do trabalho, negando o papel do conteúdo porque o que

se objetiva é uma educação instrumental, que não forma o cidadão, apenas capacita-o, informa-o sobre processos, realiza um treinamento/adestramento, um tecnicismo instrucional, voltado para a inserção no mercado de trabalho. O seu conteúdo é outro portanto, não que ele não exista. É um conteúdo técnico-operacional, rápido, específico, que ignora ou desqualifica os saberes historicamente acumulados pela humanidade, ignora os processos históricos, as causas, o "porquê" das coisas, ignora a filosofia e o pensar. Descontextualiza-se o conhecimento transformando-o em dados ou informações. Registre-se que a mídia -tanto televisiva como certos meios de comunicação que utilizam vídeos educativos que eles produzem, tem sido suportes destas propostas educacionais, deslocando a ênfase da aprendizagem baseada na escrita para o aprendizado via a absorção de imagens, sem considerar que interação professor/aluno passa a ser de outra natureza. O professor passa a ser, nestas propostas, um simples facilitador no processo de aprendizagem. A escola passa a ser vista como um espaço físico para reunir os alunos/telespectadores e não uma forma cultural historicamente datada (não somos contra uso de vídeos ou qualquer outra forma de imagem ou som no processo educacional, ao contrário, vejo estes recursos como inovações importantes. Discordo do uso normativo que se faz deles em alguns programas educacionais, desenvolvidos em redes nacionais).

A apreensão do processo educativo está associada ao desenvolvimento da cultura política. Juntas, educação e cultura política- têm a finalidade de ser instrumento e meio para se compreender a realidade e lutar para transformá-la. A educação ganha destaque no processo de formação de uma nova cultura política, não apenas por seus aspectos na área do ensino formal mas pelos aspectos não-formais, do aprendizado gerado pela experiência cotidiana. Os indivíduos escolhem, optam, posicionam-se, recusam-se, resistem ou alavancam e impulsionam as ações sociais em que estão envolvidos segundo a cultura que herdaram do passado e na qual estão envolvidos no presente.

MEIOS DE COMUNICAÇÕES DE MASSA, AÇÕES COLETIVAS DA SOCIEDADE CIVIL E CIDADANIA

O NOVO ASSOCIATIVISMO BRASILEIRO

Problemática:

a- como o poder da grande mídia, expresso nos principais meios de comunicação de massa, atua no campo das lutas sociais; quais os impactos deste poder nas ações coletivas dos movimentos e organizações sociais, fundações etc. (demandas e práticas); como as políticas públicas construídas pelo poder público, para serem desenvolvidas em parceria com a sociedade civil organizada, é reportada na grande mídia?

Nos anos 90 houve uma ampliação dos atores sociais presentes no associativismo brasileiro. Com isso, ampliou-se também o campo da sociedade civil organizada. Disso resultou um descentramento dos sujeitos históricos em ação, antes focado nas classes populares e nos movimentos populares, especialmente os movimentos sociais populares urbanos. Esse descentramento do sujeito popular e a emergência de uma nova pluralidade de atores, conferiu ao conceito de cidadania a mesma relevância que tinha tido o conceito de autonomia, nos anos 70 e parte dos 80 (autonomia em relação ao Estado dominado pelo regime militar). Certamente que naquelas décadas a questão da cidadania já estava posta nos debates e nas demandas sociais nas lutas pela democratização, expressas principalmente no movimento das Diretas Já, na Constituinte, na nova Carta Constitucional denominada de "Constituição Cidadã", em todos os movimentos populares, etc. Mas nos anos 90 a questão da cidadania foi ressignificada, tanto na sociedade civil como nas políticas públicas. Surgem novas facetas à cidadania tais como o exercício da civilidade, a responsabilidade social do cidadão cidadãos, das empresas, e dos órgãos governamentais nas arenas públicas etc. Ou seja, foi destacado não apenas os direitos, que é a alavanca básica do conceito de cidadania, mas também foi

introduzida a questão dos deveres, da responsabilização nas arenas públicas, e essa responsabilização abriu caminhos para a participação de diferentes e novos atores sociais nas políticas públicas de parcerias entre o estado e a sociedade civil organizada, ou nos espaços criados institucionalmente, como os Conselhos Gestores e os Fóruns Sociais Públicos.

Neste novo cenário, a sociedade civil se amplia para entrelaçar-se com a sociedade política. Desenvolve-se o chamado espaço público não estatal expresso nos conselhos, fóruns, redes de articulação, etc. A importância da participação da sociedade civil, neste novo contexto, se faz para democratizar a gestão da coisa pública. Abrem-espaços para inverter as prioridades das administrações, no sentido de que as políticas atendam não apenas as questões emergenciais de forma superficial e com uma ótica economicista, baseada na lógica custo-benefício, mas que atendam as questões sociais como prioridade maior. Foram emergindo novíssimos atores sociais nas políticas de parcerias, na execução de projetos sociais. Esses novos atores foram criando, também, novos espaços, instituições próprias para participarem dos novos pactos políticos que dêem sustentação ao modelo político vigente. Coube, portanto, à sociedade civil, um papel central nesse reequacionamento. Mas quem são os atores que são considerados como os principais protagonistas desta nova sociedade civil? São as ONGs, os movimentos sociais, as comissões, grupos e entidades de Direitos Humanos, grupos de defesa dos direitos dos excluídos, por diferentes causas como: gênero, raça, etnia, religião, portadores de necessidades físicas especiais, inúmeras associações com perfis variados, entidades do chamado 3º Setor, fóruns locais, regionais, nacionais e internacionais, etc. Entidades ambientalistas, de defesa do patrimônio histórico, redes comunitárias nos bairros, conselhos populares, conselhos setorializados, conselhos gestores institucionalizados. Todos esses, junto com fundações e empresas cidadãs, passam a compor esse novo leque do que tem sido denominado como sociedade civil.

Disso tudo resulta que o termo sociedade civil não é - nem homogêneo, nem composto por atores que tenham o

mesmo entendimento dos problemas sociais, políticos e culturais da sociedade. Existem vários campos dividindo e compondo, ao mesmo tempo, essa nova sociedade civil. Alguns atuam mais fortemente na linha emancipatória, em termos de projetos e lutas político-sociais, tendo o protagonismo dos atores inscritos neste universo. Eles lutam por mudanças e transformações sociais, priorizam os temas da igualdade e da justiça social, buscam acabar com todo e qualquer tipo de exclusão. Este campo não encontra espaço na grande mídia para suas ações cotidianas. Quando são noticiados é sempre em função de algum desastre e não de suas conquistas ou tecturas laborais.

Mas existe também outros campos na sociedade civil, compostos por certos atores ou agentes sociais que estão mais preocupados, na maioria das vezes, em termos do tratamento dos cidadãos como usuários, atuam via políticas focalizadas e dão uma abordagem mais mercadológica, centrada na produção de resultados. Este campo tem sido destacado pela grande mídia, quer seja por seus trabalhos na área do voluntarismo, quer seja pelas parcerias que realizam com os órgãos públicos. A divulgação ocorre na maioria das vezes em canais da TV paga por assinatura - o que já seleciona e exclui a maioria do público. Mas a grande mídia concede espaços para o Terceiro Setor também porque é assediada por este. As modernas ONGs criam setores estratégicos de divulgação de suas ações e projetos pois ser registrado em uma reportagem confere *status* à entidade, acrescenta pontos ao seu *curriculum*, as notícias são anexadas em seus relatórios e material de divulgação. A questão chave está na forma como este setor opera: por projetos, com tempo e prazos determinados. A obtenção de verbas é um problema constante e a uma reportagem sobre o projeto tem sido considerada, no universo destas entidades, como um atestado de resultados obtidos. A mídia referenda, portanto, o trabalho de entidades. Confere-lhes uma certa "certificação", termo muito em moda atualmente.

Portanto, temos que entender os contextos onde a sociedade civil atua, como sendo um cenário plural, com

diferentes projetos, propostas e não como um campo uno, homogêneo, com unicidade ou com apenas uma proposta. E é dentro dessas diferenças e divergências que as lutas sociais têm tido avanços e recuos, no sentido da consolidação e aprofundamento da democracia. O significado político da corrente que tem como preocupação central a emancipação e a superação de todas as formas de exclusões, decorre de um leque de experiências e um conjunto de experimentações onde há um projeto estratégico de democratização da sociedade e do Estado.

MOVIMENTOS SOCIAIS E MÍDIA

Sabemos que os movimentos sociais têm sido considerados, por vários analistas e consultores de organizações internacionais, como elementos e fontes de inovações e mudanças sociais. Existe também um reconhecimento de que eles detêm um saber, decorrentes de suas práticas cotidianas, passíveis de serem apropriados e transformados em força produtiva. Quando se examina, por exemplo, a questão indígena, ressalta-se o saber que eles detêm sobre a floresta. Os movimentos são elementos fundamentais na sociedade moderna, agentes construtores de uma nova ordem social e não agentes de perturbação da ordem, como as antigas análises conservadoras escritas nos manuais antigos, ou como ainda são tratados na atualidade por políticos tradicionais.

A presença dos movimentos sociais é uma constante na história política do país, mas ela é cheia de ciclos, com fluxos ascendentes e refluxos (alguns estratégicos, de resistência ou rearticulação em face a nova conjuntura e as novas forças sociopolíticas em ação). O importante a destacar é esse campo de força sócio-político e o reconhecimento de que suas ações impulsionam mudanças sociais diversas. O repertório de lutas que eles constróem, demarcam interesses, identidades, subjetividades e projetos de grupos sociais. A partir de 1990, os movimentos sociais deram origem a outras formas de organizações populares, mais institucionalizadas, como os fóruns nacionais de luta pela moradia popular. No caso da

habitação e reforma urbana, por exemplo, o próprio Estatuto da Cidade, é resultado dessas lutas. O Fórum da Participação Popular e tantos outros fóruns e experiências organizativas locais, regionais, nacionais e até transnacionais, estabeleceram práticas, fizeram diagnósticos e criaram agendas, para si próprios, para a sociedade e para o poder público. O Orçamento Participativo, e vários programas, surgiram como fruto desta trajetória.

Para citar alguns desses movimentos nos anos 90, destacamos: alguns são de caráter pluriclassista e conjunturais, como foi o Movimento Ética na Política, ou a Ação da Cidadania Contra a fome e a miséria; movimentos de desempregados, ações de aposentados e pensionistas. Os primeiros tiveram espaço na mídia e contribuíram para a mudança política do país. A Campanha contra a Fome deve seu sucesso a atuação midiática via a figura do Betinho.

Os movimentos de gênero (relações homens e mulheres) onde se destacam os movimentos de mulheres e os movimentos homossexuais; os movimentos dos afro-brasileiros e o movimento indígena, são considerados movimentos identitários e culturais; possuem uma identidade e conferem aos seus participantes uma identidade centrada em fatores étnicos e raciais. Na questão do movimento indígena, há importantes conquistas obtidas pós Constituição de 88 tais como a demarcação de suas terras, o direito de alfabetização em sua própria língua, e mais recentemente, a busca da venda de seus produtos, não em mercados alternativos, mas por preços justos e competitivos, em mercados globalizados.

Há outros movimentos identitários e culturais como os movimentos geracionais onde se destacam os jovens, e nesses, seus movimentos culturais expressos, por exemplo, na música, via o Hip Hop, o Rap e tantos outros. Movimentos de meninos e meninas de rua e movimentos de idosos completam os movimentos das gerações.

Há ainda os movimentos culturais dos ambientalistas, os ecologistas que cresceram muito após a ECO 92. A maioria dos movimentos identitários e culturais atua em conjunto com ONGs e eles têm sido bastante noticiados pela mídia.

Muitas vezes lhes são atribuídos muito mais poder e força do que de fato possam deter. Isso ocorre por dois motivos: de um lado como resultado de suas lutas que criaram uma nova gramática no imaginário social e lhes conferiu legitimidade. Por outro lado, este super dimensionamento resulta também da forma como a mídia apaga o conflito, a diferença. Eles se transformam, nas reportagens, em lugares de identificação, elimina-se do processo de identidade propriamente dito, a diferenciação, a luta, a resistência. Os movimentos identitários são reportados como ações coletivas frutos de projetos focalizados, coordenados por indivíduos empreendedores, agrupados segundo categorias de gênero, faixa etária, origem étnica, religião etc. O empreendedorismo social é uma categoria advinda da cidadania empresarial onde líderes comunitários transformam-se em gestores de projetos sociais. A grande mídia, voltada para formar a opinião pública numa sociedade de massa, elimina a negatividade, só afirma, reafirma e confirma a positividade segundo dados interesses. Todo e qualquer caráter universalista é desconsiderado focalizando-se apenas a especificidade daquele projeto. Suas redes articulatórias -que dão apoio e suporte, desaparecem. Exibem-se resultados sem mostrar o processo para chegar aqueles números.

E os movimentos populares propriamente ditos, aqueles que nos anos 70/80 foram tão importantes, estimulados pela teologia da libertação? O que houve com eles? Mudaram de perfil? Desapareceram? Ou é a mídia que os oculta? Nossa resposta é: eles não desapareceram, eles alteraram suas práticas e perderam visibilidade - política e na mídia, porque suas ações passaram a ser mais propositivas do que reivindicativas. Alguns fatores conjunturais explicam essas mudanças.

Primeiro: Eles sempre foram heterogêneos em termos de temáticas e demandas. O que unifica o universo das suas demandas são as carências socioeconômicas. Eles criaram e desenvolveram, nos anos 90, redes com outros sujeitos sociais, assim como redes dentro do próprio movimento popular propriamente dito, destacando os movimentos que atuam na questão da moradia. Nas redes com outros sujei-

tos destacam-se as tecidas com o campo sindical, o campo institucional de outras entidades sociais, o campo político partidário, o campo religioso, o campo das ONGs. Quer dizer, os movimentos populares criaram, ou ampliaram, ou fortaleceram, a construção de redes de sociais.

Ocorreram, entretanto, alterações profundas no cotidiano da dinâmica interna dos movimentos populares. De um lado eles perderam visibilidade (porque ao longo dos anos 90 os movimentos populares urbanos diminuíram as formas de protestos nas ruas e diminuíram sua visibilidade na mídia), e houve um deslocamento dessa visibilidade para as ONGs. As identidades coletivas dos movimentos populares deixaram alguns elementos de lado, tais como, as freqüentes contestações às políticas públicas, mas como eles incorporaram outros elementos, isso possibilitou-lhes sair do nível apenas reivindicatório, para um nível mais operacional, propositivo. Embora os eixos nucleadores das demandas fossem os mesmos, eles incorporaram novas práticas; alguns de seus líderes ou assessores passaram a incorporar diferentes escalões da administração pública (nos locais em que a oposição ascendeu ao poder). Seus discursos se alteraram em função da mudança da conjuntura. As matrizes que estruturaram esses discursos e as práticas, também se alteraram. Não se tratava mais de se ficar de costas para o Estado, mas de participar das políticas, das parcerias, etc. Eles ajudaram a construir outros canais de participação, principalmente os fóruns; e contribuíram para a institucionalização de espaços públicos importantes tais como os diferentes conselhos criados nas esferas municipais, estaduais e nacional.

A noção do novo sujeito histórico, povo, um dos eixos estruturantes do movimento popular, reformulou-se, assim como deu novos sentidos e significados às suas práticas. Resulta desse processo uma identidade diferente, construída a partir da relação com o outro, e não centrada exclusivamente no campo dos atores populares. Esse outro estava presente nos relacionamentos desenvolvidos com novas formas de associativismo emergentes, interações compartilhadas com ONGs e a participação nas políticas públicas.

Isso tudo alterou o projeto político dos movimentos populares urbanos no sentido de um projeto político policlasista, um novo projeto político dos movimentos populares, que vai estar contemplando outras questões além de demandas específicas do campo das carências socioeconômicas, indo das questões do modelo de desenvolvimento do país às questões do meio ambiente e do desenvolvimento humano. Na maioria dos casos, não há uma ênfase exclusiva nas questões apenas locais, inclui-se outras dimensões. Em parte essas mudanças se explicam pelos efeitos do próprio modelo organizacional adotado: de se atuar em redes. O outro, o diferente, acaba alterando o movimento local. Com isso, outros temas entraram para a agenda dos movimentos populares urbanos, tais como o de uma cidadania planetária, antes circunscritos aos movimentos sociais organizados e assessorados por outras camadas sociais, como os ambientalistas, as mulheres, direitos humanos, antiglobalização etc.

Dentre os movimentos populares urbanos, a luta pela moradia continuou a ter a centralidade como a luta popular mais organizada. Uma parte dela tornou-se bastante institucionalizada, atuando no plano jurídico, via suas assessorias, obtendo conquistas importantes como o já citado Estatuto da Cidade. Outra parte migrou com suas assessorias para as ONGs, participando de projetos institucionais, tais como as cooperativas de ajuda mútua e autogestão, assim como várias alas do movimento das favelas, que passaram a ter projetos de reurbanização, remoção ou transferência para projetos do poder público. Esses últimos casos geraram movimentos de associações de moradores locais. Uma terceira parte inovou suas práticas seguindo o modelo do movimento popular rural: realizando ocupações, não mais de áreas vazias -cada vez mais escassas e distantes nos grandes centros urbanos, ocupando prédios públicos e privados, ociosos ou abandonados, nas áreas centrais das grandes cidades. Inicialmente eles criaram fatos políticos novos e, ao mesmo tempo- novos cortiços nas áreas centrais. Mas a pressão contínua fez com que, progressivamente fossem elaboradas políticas públicas para regularizar essas ocupações, a exem-

plo do plano de recuperação da região central de São Paulo, e os planos urbanísticos e de regularização da posse para os imóveis ocupados. Uma Quarta categoria da luta pela moradia foi protagonizada pelos "moradores de rua". Vivendo sob pontes, marquises, praças e logradouros públicos, esses "moradores" aumentaram significativamente nos anos 90 em termos de número e de locais de ocupação. Políticas públicas tem sido elaboradas para esses segmentos que vão de sua remoção para conjuntos populares à mudanças provisórias em albergues, hotéis e imóveis alugados, quando localizados em situação de risco. Inúmeras vezes estes moradores foram manchetes na mídia pelo lado da desgraça: incêndios ocorridos em suas precárias acomodações ao ar livre. A organização dos moradores de rua é algo difícil porque eles são "flutuantes" no espaço, e eles não têm, usualmente, trabalho fixo. Muitos desses moradores foram no final dos anos 90 "recrutados" pelo MST para participarem de seus acampamentos e ocupações rurais.

O movimento popular de saúde, embora tenha se fragmentado, entrou na luta da questão de preços dos convênios, remédios, postos de saúde, etc. No movimento pelos transportes outros atores entraram em cena como os perueiros (transportes alternativos). O movimento pelas creches está sendo recriado em várias cidades, como em São Paulo, devido a falta de vagas como "Movimento dos Sem Creche".

Cumprе mencionar, no campo dos movimentos populares, a luta pela educação. Ele nunca teve grande visibilidade como um ator independente pois suas demandas foram, freqüentemente, incorporadas pelos sindicatos dos professores e demais profissionais da educação, ou por articulações mais amplas, como a luta pela educação no período da Constituição levadas a efeito pelo Fórum Nacional de Luta pela Escola Pública. Mas além da parceria com esses atores que continuaram atuantes nos anos 90, as reformas neoliberais realizadas nas escolas públicas de ensino fundamental e médio alteraram de tal forma o cotidiano das escolas que deu as bases para a mobilização de movimento popular pela

educação. Falta de vagas, filas para matrículas, resultados de exames nacionais, progressões contínuas (passagem de ano sem exames), deslocamento de alunos de uma mesma família para diferentes escolas, atrasos nos repasses de verbas para merendas escolares, denúncias de fraudes no uso dos novos fundos de apoio à educação, entre outras, foram pautas da agenda do movimento na área da educação. Registre-se ainda que, a crise econômica e o desemprego levou centenas de famílias das camadas médias a procura de vagas nas escolas públicas. Além de aumentar a demanda, essas famílias estavam acostumadas a acompanhar mais o cotidiano das escolas, levando essas práticas para a escola pública, antes mais fechada à participação comunitária. Com isso, em muitos bairros as escolas passaram a desempenhar o papel de centros comunitários pois a falta de verbas, e a busca de solução para novos problemas como a segurança, a violência entre os jovens e o universo das drogas, levou-as a busca de parceiros no bairro ou na região, com outros organismos e associações organizadas do bairro.

A questão ambiental, que até a ECO 92, estava localizada muito nos movimentos ambientalistas, passou a ser uma preocupação também dos movimentos populares de bairro. Isso foi um salto qualitativo muito grande, porque nas demandas e reivindicações dos anos 70/80, a questão ambiental não era tão presente como é, hoje, nos movimentos populares propriamente ditos. Estou me referindo aos movimentos mais de bairros periféricos, com córregos à céu aberto, ausência ou coleta irregular do lixo, focos de infecções várias.

Nos anos 90 surgiram novos movimentos populares que não tinham tanta presença nos anos 80, como a própria questão dos idosos e os aposentados da previdência pública. Mas o principal deles foi o relativo à questão da violência e da criminalidade nas periferias. A expansão da violência urbana para os bairros nobres, para o conjunto da cidade, levou a população das áreas periféricas a desnaturalizar a questão no sentido de ver e demandá-la como um problema também para eles e não como algo inerente aqueles bairros, como o

senso comum sempre os caracterizou. A dificuldade encontrada por esses movimentos tem sido a presença de grupos e gangues organizadas, controladoras do próprio movimento, ou da liberdade de ir e vir nessas regiões. Na realidade o movimento contra a violência urbana não está presente apenas entre as camadas populares mas entre outras classes sociais também. Ele é ainda um movimento difuso, que está crescendo bastante, especialmente nos grandes centros urbanos. Certamente que nós já tínhamos o movimento pelos Direitos Humanos desde os anos 70. Ele teve um papel importante e fundamental desde a Luta pela Anistia, nos anos 70/80. Mas, atualmente, pelas características e pelo panorama da sociedade brasileira atual, pelos fatos e acontecimentos recentes na sua conjuntura, o movimento contra a violência nas cidades ganhou força. Ele está sendo organizado em bairros e representam um clamor da sociedade civil na área da segurança pública, na busca de proteção à vida do cidadão no cotidiano. Pesquisas de opinião pública estão demonstrando que a segurança está passando a ser o principal item de demanda da população, mais do que o emprego. A segurança é, atualmente, o temor maior, ela ganha do medo do cidadão ficar desempregado, ou de contrair uma doença grave. Está sendo a preocupação número um da sociedade.

Os movimentos de Direitos Humanos criaram redes nacionais, estão interligados a redes internacionais como a Anistia Internacional. Já os movimentos contra a violência, nos centros urbanos, são mais focalizados, eles têm um caráter diferente, partem de grupos e ações localizadas, motivados por perdas de entes queridos; eles passam a criar redes, mobilizam as associações comunitárias dos bairros - muitas vezes também acuadas pelo medo à violência dos grupos armados organizados de uma região. O movimento contra a violência urbana têm organizado passeatas, manifestações de rua, etc. O próprio movimento estudantil, que entra e sai da cena pública constantemente, tem tido um papel importante no movimento antiviolência, em campanhas como pelo desarmamento da população.

Resta mencionar um novo movimento de bairro, dife-

rente do movimento já tradicional em várias partes do Brasil, das associações de moradores ou sociedades amigos de bairros. Tratam-se de Centros comunitários voltados para a organização de parcelas da população que se dedicam a produção e comercialização inúmeros de produtos de uso doméstico ou de alimentação, galpões de reciclagem de produtos, produção de alimentos sem agrotóxicos, fabriquetas de tijolos, apiários, granjas, produção caseira de queijos, doces, uma infinidade de atividades nucleadas em cooperativas ou associações nos próprios bairros populares. Por detrás dessas associações existem ONGs, de caráter mais abrangentes. Elas assessoram os grupos na montagem dos projetos para o pedido de financiamento, relatórios etc.

No campo dos movimentos sociais rurais a organização popular cresceu bastante nos anos 90. Dentre dos inúmeros movimentos de sem terra criados, o mais expressivo foi o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra - MST. Ele se destaca em termos nacional como no plano internacional via um eficiente trabalho de mídia e marketing político de suas demandas pela Reforma Agrária, bandeiras e místicas.

Para completar minha apresentação neste painel sobre os movimentos sociais a partir dos anos 90, não poderia deixar de citar o movimento antiglobalização, que também está presente no Brasil, de uma forma mais incipiente mas organizando. É um movimento novo, sobre o qual escrevi um artigo no último caderno "Mais" da "Folha de São Paulo" (27/01/02), fazendo uma cronologia do movimento desde suas origens até dezembro de 2001, analisando seu significado político e cultural. É importante destacar que, apesar das diferenças existentes nesse movimento, composto de uma rede de redes, ele une à crítica que faz sobre as causas da miséria, exclusão e conflitos sociais, à busca e à criação de um consenso que viabilize ações conjuntas. À globalização econômica o movimento propõe um outro tipo de globalização, alternativa, baseada no respeito as diferentes culturas locais. Com isso ele contribui para construir uma outra rede de globalização, a da solidariedade.

DESENVOLVIMENTO DA CULTURA DE RESISTÊNCIA VIA MEIOS DE COMUNICAÇÕES ALTERNATIVOS

– Como os movimentos e as ONGs desenvolvem suas próprias mídias, de resistência ou de busca de integração na ordem social excludente?

O trecho que apresentamos a seguir foi retirado do Informativo ABONG-Associação Brasileira de Organizações Não Governamentais (ABONG, 2002, n. 200) e é aqui apresentado como ilustração de novas formas de sociabilidades existentes no Brasil/2002 e como as camadas populares têm recriado via a utilização de meios de comunicação alternativos, formas de cultura de resistência.. Ele diz:

“Resultado de uma parceria entre o Centro de Cultura Luiz Freire/TV Viva e a Prefeitura de Recife, o Projeto TV Matraca ficou entre os 100 pré-selecionados para receber o “Gestão Pública”, prêmio anual oferecido pela Fundação Getúlio Vargas/SP, a Fundação Ford e o BNDES aos projetos de desenvolvimento local. A TV Matraca é um retorno à TV de rua, projeto da TV Viva, de 1984, que consistia na exibição de programas em telões instalados em locais públicos. Levantando os problemas e as tradições culturais de 34 bairros de Recife e discutindo temas importantes da atualidade, a TV Matraca, que estreou em março do ano passado, é exibida em dois bairros por noite com material gravado e também a participação da população ao vivo. Apresenta um programa diferente por mês, com seis blocos: “Meu bairro é o maior” retrata, por meio de reportagens, a história de um bairro de Recife; “Recife está no ar” mostra os projetos sociais realizados pela Prefeitura sob a ótica dos moradores; “Giramundo” é uma reportagem sobre algum tema importante do momento - no programa exibido neste mês o assunto são as eleições -; “Se ligue” é um quadro de serviços e dicas aos moradores dos bairros - nos programas anteriores, foram dadas dicas de como prevenir-se da dengue e economizar energia; “Ciranda cultural” apresenta matérias de cultura; e ainda um bloco voltado ao público infantil.

As participações ao vivo são organizadas pelos 34 “ma-

traqueiros”, pessoas que representam lideranças nos bairros, com as quais é realizada uma reunião por mês para discutir as pautas do programa do mês seguinte. “As pessoas identificam-se com o que está acontecendo; ao mesmo tempo em que dão opiniões, vêem-se no telão. O programa faz com que as pessoas descubram-se e também descubram seu bairro”, explica Eduardo Homem, coordenador da TV Viva. Ele conta que, em um dos programas realizados no bairro Auto de Santa Teresinha, a comunidade acabou descobrindo que ali havia 32 grupos culturais constituídos por jovens. Ainda segundo Eduardo Homem, a partir do próximo mês o público infanto-juvenil vai ganhar um presente: a exibição de dois desenhos animados apresentados no “Anima Mundi”. Mais informações: cclf@cclf.org.br. “

Concluindo: disso tudo resulta um cenário bastante contraditório. Entidades que buscam a mera integração dos excluídos, por meio da participação comunitária, em políticas sociais disputam os mesmos espaços com entidades e movimentos críticos, com projetos emancipatórios para a sociedade e para a democratização do Estado. Acho que é preciso avançar, efetivamente, na direção de projetos inspirados em um novo modelo civilizatório, onde a cidadania, a ética, a justiça e a igualdade social, sejam imperativos prioritários e inegociáveis. Portanto, não bastam princípios estratégicos, avaliações de resultados baseadas na lógica custo-benefício, etc. se o projeto político de uma entidade para a sociedade civil como um todo, incluindo sua relação com a sociedade política, com os organismos estatais, não for bem claro. Que modelo de Estado e de sociedade queremos?

E a mídia- que conclusão geral podemos retirar? creio que a principal é a de que ela é parte do cenário acima, ajuda a construir e a destruir movimentos e projetos, exerce vigilância mas também esquece o que não atende os interesses de suas redes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARATO, A. e COHEN, J. 1992. *Civil society and political theory*. Cambridge. MIT PRESS.

BAUDRILHARD, J. 1985. *À sombra das maiorias silenciosas*. São Paulo, Brasiliense.

BELL, D. 1960. *The end of ideology*. New York, Collier.

BURKE, P. 1980. *Cultura popolare nell'Europa moderna*. Milão, Mondadori.

COUTINHO, Carlos N. 2000. *Contra a corrente*. São Paulo. Cortez editora.

DIZARD JR, W. 1998. *A Nova mídia*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor.

DEBORD, G. 1997. *A Sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro, Contraponto Ed.

FOUCAULT, M. 1994. *Arqueologia do saber*. Petrópolis, Vozes.

GOHN, M. G. 2000. *Mídia, terceiro setor e MST*. Petrópolis, Vozes

_____. 2001 a. *Movimentos e lutas sociais na História do Brasil*. São Paulo, Loyola. 2ª ed.

_____. 2002 a. *Teoria dos movimentos sociais*. São Paulo, Edições Loyola. 3ª Ed.

_____. 2002 b. *De Seattle à Gênova: uma radiografia do movimento antiglobalização*. Folha de São Paulo, Caderno Mais, 27-01-02, p. 14-15.

_____. 2002 c. *Movimentos sociais e educação*. S. Paulo. Cortez. 5ª Ed.

_____. 2001 b. *Sem-terra, ONGs e cidadania*. São Paulo, Cortez.. 2ª Ed.

_____. 2001 c. *Educação não formal e cultura política*. São Paulo, Cortez. 2ª Ed.

GRAMSCI, A. 1972. *Los Intelectuales y la organización de la cultura*. B.Aires, Ed. Nueva Visión.

HABERMAS, J. 1985. *Teoria de la acción comunicativa*. Madri, Taurus.

JANOSKI, Thomas. 1998. *Citizenship and civil society*. Cambridge, Cambridge Un. Press.

- KYMLICKA, Will. 1995. *Multicultural citizenship: a liberal theory of minority rights*. Oxford. Claredon Press
- KORNHAUSER, W. 1959. *The politics of mass society*. Glencoe, Free Press.
- LASSWELL, H. 1948. "The structure and function on communication in society" in Bryson L. (ed) *The communication of ideas*. New York, Harper
- LAZARUS, P. 1940. *Radio and the print age*. N.York, Sloane and Pearce.
- LAZERE, D. 1987. *American media and mass culture*. Berkeley, L.A, Un. California Press.
- LEACH, E.R. 1978. *Cultura e comunicação*. Rio de Janeiro, Zahar.
- LE BON, G. 1995. *The crowd*. New Brunswick, Transaction Publishers (original de 1895).
- LE GOFF, J. 1983. *Tiempo, trabajo y cultura en el Occidente medieval*. Madri, Taurus.
- MACLAUREN, W.R. 1949. *Invention and innovation in the radio industry*. London, Macmillam.
- MARSHALL, M. 1962. *The Gutenberg Galaxy: the Making of Typographic Man*. Toronto, Un. Toronto Press.
- _____. 1971. *Os Meios de Comunicação*. São Paulo. Cultrix.
- MARSHALL, T.H. 1967. *Cidadania, Classe social e status*. Rio de Janeiro, Zahar Ed.
- MARTIN-BARBERO, J. 1995. *Dos Meios às Mediações*. Rio de Janeiro, Ed. UFRJ.
- MATTERLAT, A. e MATTERLAT, M. 1992. *Rething media theory*. Minneapolis, Un. Of Minnesota Press.
- _____. 1999. *História das teorias da comunicação*. São Paulo, Ed. Loyola
- McQUAIL, D. 1983. *Mass communication theory*. Na introduction. Bervely Hills, Sage.
- MORIN, E. 1967. *Cultura de massas no século XX*. Rio de Janeiro/São Paulo, Forense.
- MOLES, A. 1980. "Mass communication" in *Encyclopedic dictionary of semiotics*. Berlim, Mouton de Gruyter
- MORLEY, D. 1992. *Television, audiences and cultural*

studies. London, Routledge.

ORTEGA Y GASSET, J.1987. *A rebelião das massas*. São Paulo. Martins Fontes

PERUZZO, C. M.K. 1998. *Comunicação nos movimentos populares*. Petrópolis, Vozes.

RIESMAN, D. 1981. *La muchedumbre solitaria*. Barcelona, Paidós.

SODRÉ, Muniz.2002. *Antropológica do Espelho. Uma teoria da comunicação linear em rede*. Petrópolis, Vozes.

TOQUEVILLE, Alex. 1988. *Igualdade social e liberdade política*. São Paulo, ed. Nerman.

TOURAINÉ, A.1997. *Podremos vivir juntos?* Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

VIEIRA, Liszt . 2001. "Notas sobre o conceito de cidadania" in *BIB*, n. 51, São Paulo, ANPOCS, pp 35-47.

WALZER, Michael. 1992. "The civil society argument" in C. Mouffe (Org) *Dimensions of radical democracy*. Londres, Verso.

WOLF, M. 1987. *Teorias da Comunicação*. Lisboa, Editorial Presença.

NOTAS

¹ A este respeito publicamos: Gohn,2000.Mídia, Terceiro Setor e MST. Petrópolis, Ed. Vozes.

² Este item do trabalho é uma sistematização de capítulos apresentados em meus livros: "Mídia, Terceiro Setor e MST" (Vozes, 2000) e "Educação Não-Formal e Cultura política" (Cortez, 2002 c).

CIDADE, COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL

Luiz Roberto Alves*

“O futuro não está à nossa espera; ele se constrói a partir do que fazemos no presente. O educador progressista deve lutar pela Escola Pública, brigar para ocupar democraticamente esse espaço, pois não há contradição entre democracia e socialismo. Ocupar a Escola Pública por inteiro para chegar ao Estado socialista não é um a-priori determinado para o ano 2002, quarta-feira às 10 horas. O processo revolucionário é um processo mesmo”

(Paulo Freire. Entrevista a Anamaria Fadul em 20 de junho de 1987. Publicada em Dia.logos de la comunicaci3n. Lima, Felafacs, 1987)

INTRODUÇÃO

Ao afirmar a sua maturidade, como espaço para a pesquisa e intervenç3o social, e ao trabalhar, novamente, os temas caros à cidadania, a Intercom enseja a crítica dos saberes comunicacionais que tensionam e fecundam o campo em construç3o.

Os saberes-objetos desta mesa redonda – *comunicação comunitária, cidadania digital e desenvolvimento local* – questionam-se, menos pela comunicabilidade entre os termos e suas representações sociais e mais pelos encontros e confrontos de sua historicidade e de outros saberes com quem a comunicação dialoga, ou deveria dialogar, nas últimas três décadas. Para pensá-los eu sinto o desejo de história, de conexões, de conceitos capazes de ligar esses âmbitos da comunicação social ao todo da vida brasileira a partir dos anos 70. Desse diálogo, nascem

* Professor da Universidade de São Paulo e do Centro Universitário de S. Caetano do Sul. Secretário da Secretaria Municipal de Educação e Cultura de Mauá.

exigências e propostas de pessoas e comunidades ainda não incluídas nessa dinâmica educativa, comunicacional e cívica, com quem trabalhamos cotidianamente.

DIREITOS E NEGAÇÕES

Sem dúvida, o fio que tece os sentidos desse triângulo mais ou menos amoroso (porque portador de desejos e necessidades) é feito de três direitos cívicos: *o da participação, o do acesso e o da gestão democrática*. Sistemáticamente negados na história, quer colonial, quer republicana, tais direitos são revertidos a valores tensionados e fundam um território público de negociação. Não aquele negócio do *Epi-táfio do Negociante*, de José Paulo Paes, mas a exigência de supostos cidadãos e cidadãs em estabelecer pertencimentos no espaço público e, assim alicerçados, produzirem acordos sociais. Aí flui a comunicação comunitária, que deveria fazer-se a voz da cidadania e o sinal concreto do desenvolvimento social.

No entanto, a negociação é mais difícil na sociedade dos bens sociais não repartidos, onde educação, saúde e modernização de gestões evidenciam-se como espelhos invertidos dos holofotes eleitorais e, no lugar de políticas públicas, tornam-se negócios duvidosos. Nessa sociedade, em que, segundo dados do Rodrigo Baggio para a revista *Time*, de fevereiro de 2001, nem 5% dos mais pobres acessam e participam das tecnologias digitais, o triângulo que deseja vincular desenvolvimento, cidadania e comunicação desqualifica-se, exceto como virtualidade. Esse poder virtual, que se converte em arma política, cresce com as imagens da décima economia do mundo e sétimo produtor de programas de informatização. O dado macroeconômico provoca, ainda, mais contradição nas relações entre comunicação, cidadania e desenvolvimento. Considerado, pois, como realidade vivida, no mínimo o triângulo de possíveis vínculos passa a ser campo de batalha. Talvez o melhor lugar para que educadores, pesquisadores, estudantes curiosos, gestores comprometidos e excluídos críticos possam meter ali o dedo atrevido e

politizado e jogar/lutar a nova capoeira da inclusão. Portanto, o sucesso do novo empreendimento trabalhado por esse triângulo exige a vinculação e a integração de políticas no espaço local. Cidadania tecnológica será a expressão, antes de tudo, de uma comunidade cívica que muda radicalmente a informação, o planejamento, a implementação e o acompanhamento das missões básicas da gestão das cidades, para muito além das câmaras municipais e dos jornais locais. De fato, são os projetos, equipamentos e processos de trabalho da gestão pública que precisam providenciar a sua inclusão na vida do povo.

MEMÓRIA DE VÍNCULOS, DESLIZES E PROPOSTAS

No entanto, precisamos rever a história dessas deformações, contradições e m, muitas vezes, fracassos, como marco para indispensáveis novos passos.

É verdade que já tínhamos sido alertados pelos movimentos modernistas de cultura, comunicação e crítica econômica sobre as diversas instâncias de exclusão, que inviabilizam o nosso triângulo, metaforizadas pelo desaparecimento do valor da pessoa e do grupo de destino. ¹ As personagens que vimos, assistimos e lemos estavam, quando vivas, deformadas por novos processos globais de produção e reprodução. Também as pessoas estavam assim. As quatro primeiras décadas do século XX assim demonstraram, quer nas letras, quer nas vidas e nas criações plásticas. Mas, embora os ritmos da expressão estética e da ação política tantas vezes não se sincronizem, os movimentos artísticos, eruditos ou populares, evidenciaram a possibilidade de certo *Zeitgeist*, de conexões, vínculos e relações capazes de criar sentidos, diagnósticos e proposições no tempo social amplo. E do interior desses modernismos surge a voz de um empreendedor da pesquisa e da poética, Mário de Andrade, que, depois de queimar as mãos na matéria explosiva das culturas populares, interpreta a sua própria ação histórica como insensível, como fragmentada, disjuntora. Para Mário, os processos sociais, as estéticas e as linguagens que ele e

seus inquietos companheiros tentaram interpretar deveriam ter sido radicalizadas, deveriam ter produzido polemizado que fosse muito além da retórica.²

Tal pensamento ganha ressonância mais tarde na obra de, entre outros e outras, Paulo Freire, Celso Furtado e Luiz Beltrão.³ Retomo-os por afinidade epistemológica e para vê-los como sinal de pensamentos mais amplos. Faço-os parceiros para um acompanhamento mais radical do nosso tema. O Mário incompleto, exilado, contumaz leitor da diversidade cultural e amante dos direitos ecoa e se refaz nos modos de captação da realidade do educador, do economista e do jornalista. O primeiro é produtor e veiculador da recordação do ser dialógico, recordação exposta de texto a texto, até o fim da vida, capaz de organizar múltiplas metáforas em torno da consciência crítica. O segundo, Beltrão, cujo estilo Staiger chamaria de épico,⁴ realiza a apresentação, ao modo metonímico, das explosões opinativas da gente inferiorizada pelas elites, das partes e restos talvez úteis ao discurso político, mas negadas na mesa das decisões. O terceiro nos alerta sobre as nossas ficções de desenvolvimento. Esse pensamento que vem de certos lugares do modernismo e chega à criação de Beltrão, Furtado e Freire seria chave para fazer ver as possíveis conexões entre comunicação, cidadania e desenvolvimento, até porque essas obras persistem temporalmente e radicalizam sentidos da comunicação, tendo-a como relação capaz de romper isolamentos e pactuar consciência de vínculos sociais. Por isso, a pedagogia do oprimido (valor indispensável para pensar a comunicação comunitária, a cidadania tecnológica e o desenvolvimento das cidades) significa a imersão no e do conhecimento da ação dialógica, caminho para superar a democracia formal e formalista. Mestre Paulo supôs a inclusão de todos os excluídos, feitos sujeitos de ação, conhecimento e destino. Portanto, um pensamento baseado nas convergências e interações, que são chaves para a discussão de novos sentidos tecno-sociais.⁵ Beltrão, de seu lado, apresentou-nos o que sobra e por vezes oculta-se no processo de produção dado e fez taxionomia da exclusão quando esta já não pôde mais segurar o grito. Se continuasse seus estudos de comu-

nicação popular, Beltrão incluiria o funk, as transformações erótico-sexuais e as pseudo-culturas do crime, agora menos ocultas porque mais serviçais às novas tramas do capital. O autor das sete teses sobre a cultura brasileira surpreende-nos com recente definição de desenvolvimento: este seria o reencontro com o gênio criativo de nossa cultura.⁶ Não é sem razão que tanto se torce o nariz para estes três criadores de uma semântica de utopia: mutação, revolução, explosão, mobilização, palavras comuns e recorrentes de seus textos.

ACUMULAÇÃO E CRÍTICA

Por este eixo interpretativo, talvez não tenhamos lições suficientes na história do campo relacional entre comunicação, cidadania e desenvolvimento capazes de nos orientar no tempo presente, em que nos cabe ajudar a planificar, implementar e avaliar o processo que liga comunicação comunitária, cidadania digital e desenvolvimento local. No entanto, poderemos realizar inferências de algum valor.

De fato, nas últimas décadas do século XX comunicação comunitária e desenvolvimento local não interagiram e, portanto, não deram à luz a cidadania. Cidadania é realização concreta de comunicação e desenvolvimento.⁷ É convergência, vinculação fundamental. Ou a assumimos, ou dissimulamos.

A descrição da comunicação comunitária conectada ao desenvolvimento e tendo como bases o acesso e a participação popular, como nos é apresentada a partir de estímulos da Unesco e outras organizações internacionais exige crítica. As propostas de comunicação comunitária não viram a cidade que se inchava e preparava a sua própria negação como lugar de cidadania, quer pelo sistema industrial predador e invasor, quer pelas agressões ao espaço ambiental, temas já tratados com insistência em textos de Celso Furtado, por exemplo quando analisa o estudo do MIT para o Clube de Roma, 1972. A reflexão do economista sobre o acesso às formas de vida dos ricos como mitificação liga-se a uma exigência prévia para que se formulem projetos de desenvolvimento: a explicitação

dos fins substantivos que almejamos. Aí já nos encontramos com o Celso Furtado de quase 30 anos depois.⁸

Por outro lado, aquelas propostas de comunicação comunitária também não revelaram, como base para suas premissas de trabalho, que analfabetos, junto a alfabetizados, eram atirados do universo folclorizante do mundo rural para o novo folclore urbano da cultura massificada. Continuação do processo de exclusão, conforme se verifica em Luiz Beltrão. Quando os estudiosos e divulgadores de comunicação comunitária reconheceram a obra de Paulo Freire, como no opúsculo da Unesco redigido por Frances Berrigan,⁹ colocaram no lugar do compromisso com a libertação o compromisso com o desenvolvimento.

Ora, o que a educação libertadora teria a ver com o desenvolvimento (tido como processo de transformação social global de um povo) seria a inserção do modelo conhecido e dominante, como tema, no círculo de cultura (como sugerido em *Pedagogia do Oprimido*) a fim de que se pudesse entendê-lo e produzir consciência de si e para si, talvez o caminho da revolução. Assim, as propostas de comunicação comunitária, mesmo quando compreendem as relações de dependência e subordinação entre grupos sociais e países, as concentrações de renda, os privilégios de minorias, o acesso às formas de vida mitificado, e mesmo quando propõem práticas de trabalho promovem a instrumentalização de sujeitos e objetos. O âmbito da ação se circunscreve à animação cultural, a gestão limita-se à planificação dos usos de instrumentos, a tomada de decisão transforma-se em uma lista de responsabilidades. Assim são as diretrizes, amplamente traduzidas, da famosa conferência de Belgrado, 1977, sobre acesso, participação e gestão.

Efetivamente, a comunicação comunitária, como prática de comunicação e espaço de vínculos entre saberes e sujeitos sociais, foi não somente contida pela retórica do desenvolvimento, mas também reprimida por ela. Trabalhou a favor dos modos de reprodução social e não pôde acompanhar atentamente como andava o processo de produção da sociedade. Projetado para o novo momento, o nosso trabalho

consiste em explicitar nossos fins substantivos acerca dos significados do trato da informação para as comunidades locais, objetivos e metas da educação de jovens e adultos articulada à sistematização e veiculação da informação e também explicitar os vínculos com o desenvolvimento econômico das cidades e regiões.

Retorno à história. Não faltaram esforços e compromissos que ligaram comunicação a cidadania e desenvolvimento. Lemos, vimos e participamos de práticas que se estenderam pelos quatro cantos de nossos países. Certamente muitas narrativas da vida sofrida do povo foram instrumento de consciência, mesmo quando as miragens do desenvolvimento impossibilitaram a crítica dos seus centros de poder e decisão. Criamos instituições divulgadoras da produção popular, muitas das quais se tornaram moribundas no final dos anos 90. Tomamos nas mãos produtos tecnológicos e mesmo canais comunitários de TV, com avanços modestos e às vezes uso frustrante. Impulsionamos processos e projetos de alfabetização de jovens e adultos, produzindo círculos efetivos de comunicação, embora o horror do desemprego e das exclusões mais refinadas tenha sufocado o grito, parando-nos ares da modernização. A despeito de termos sobrevalorizado a importância da tecnologia de informação e comunicação, restou um espírito crítico nos agrupamentos sociais, mas que se bate entre apocalípticos e integrados, fazendo-se às vezes messiânico, notadamente quando estabelecemos longas conversações com públicos ligados às práticas educacionais e culturais. Evidentemente, houve massa crítica para a mudança das leis, quer um projeto nacional de educação tocado pela sociedade civil nos anos 90, quer um movimento pela democratização das comunicações. O primeiro foi preliminarmente abortado pela LDB negociada via Congresso Nacional e o segundo faz-se em ondas de ânimo e baixo astral. As páginas finais do livro de Cicília Peruzzo, *Comunicação nos Movimentos Populares*,¹⁰ entre argumentações sobre a utopia, memória de experiências e reflexões sobre erros de organização, tornam-se emblemas dessa comunicação que se faz ao fio da navalha: há mais desafios para o devir do

que acumulação de experiência. Colocados todos os verbos de ação no infinitivo, busca-se estabelecer metas. Na maioria delas, apenas engatinhamos.

Não é simbólico que reportagens e pesquisas recentes sobre as bases de sustentação do poder municipal, executivo-legislativo, evidenciem verdadeiras estruturas de clientelismo explícito intactas, como sempre, mesmo onde já se acumulam experiências de orçamento participativo e outras formas de planejamento com acesso popular? Nossos ciclos econômicos, vaivéns políticos, flutuações dependentes, diagnósticos sem conseqüências e plantões autoritários certamente devem projetar-se sobre os modos de ser e fazer culturais e comunicacionais. Nesse quadro, é indispensável a radicalidade metodológica (para prevenir inércias e anomias) e uma consciência cívica portadora de teleologia do espaço comum de vida.

No entanto, programas e projetos novos exigem memória, acumulação, leitura histórica detida para um finca-pé de melhor qualidade. Não é possível ter consciência feliz quando se depara com esse barroquismo de contumazes reversibilidades, esse quase mito de Sísifo. Não teríamos o direito de meter o bico nos números e saber que, depois de dez anos da campanha da Ação da Cidadania contra a fome e a miséria, de fato o total de 32 milhões de famintos decresceu? No entanto, suponho que não sabemos... Então, a imagem desenvolvida pelo Antonio Cândido a propósito de literatura e desenvolvimento cria laços teórico-práticos para pensar comunicação, cidadania e desenvolvimento, notadamente quando 90% dos habitantes do país sofrem exclusões tecnológicas. Em texto de trinta anos atrás, ele afirmou que "Um estágio fundamental na superação da dependência é a capacidade de produzir obras de primeira ordem, influenciadas, não por modelos estrangeiros imediatos, mas por exemplos nacionais anteriores."¹¹ Deste modo, o programa em movimento de comunicação comunitária, cidadania digital e desenvolvimento local não pode prescindir, pelo sim ou pelo não, do processo anterior, realizado na mesma sociedade exclusiva, que agora acumula ao analfabetismo gráfico/le-

trado os analfabetismos das novas tecnologias. As explosões reivindicatórias dos marginalizados mantêm-se ou se intensificam; nossa memória ainda acusa o eco freireano de que a educação não é uma alavanca da transformação social, mas a transformação social é, em si, educativa e, assim também, a alfabetização não é sequer o começo da cidadania, mas a experiência cidadã requer a alfabetização; no entanto, o desenvolvimento ainda pode vir a ser sentido como reencontro com o gênio criativo da cultura.

CIDADE, CIDADANIA E DESENVOLVIMENTO: SUSPENSÃO OU PRESENÇA?

No entanto, o acúmulo que temos e as proposições decorrentes não prescindem da caracterização do local, que qualifica o desenvolvimento. O local que se espera cidadão é a cidade, onde 70% de nós moramos, onde se aguçam as mais flagrantes contradições.

Embora Jesus Martin Barbero veja na cidade um lugar central (talvez não haja outros) para o exercício da política em tempos descentrados, para o intercâmbio dos novos saberes, para a educação imagética dos jovens, o local e seus modos de desenvolvimento são, também, campo de disputa.

Se é verdade que somos só parcialmente globalizados, as imagens do poder global forjam tendências e simulam rápidos processos globalizantes, tendo a cidade, o local urbano como território de provas. Esquemáticamente, temos que:

1. As cidades com tendências globalizantes compõem a nova geografia do espaço financeiro e industrial do mundo e, portanto, passam a ser lugares de comando e de gestão sobre os fluxos de capital, mercadorias e informações. Mais: recuperam do Estado-Nação novas funções protagonizadoras, que muitos prefeitos denominam de muito ônus e pouco bônus. Decorrem daí as novas redes de comunicação, o privilégio para os novos "clusters" de serviços, o quase abandono das classes populares em nome das novas integrações capazes de recheiar o *city marketing* e a modernização dos sistemas de transporte.

2. As cidades passam a ser determinadas pela posição de nós de conexão nas redes, buscando manter relações privilegiadas com outras localidades. Tudo dependeria da mobilização de vontades coletivas, papel destinado às lideranças locais-regionais. A subordinação aos interesses econômicos do capital global e suas estratégias é indispensável, mesmo que custe a ignorância de sua periferia marginalizada, que pode ficar distante dos usuários e clientes mais socialmente necessários à vitrine urbana, à sua mercantilização.

3. Não se consideram os déficits sociais de décadas. Ao contrário, as novas priorizações econômicas demandam alto custo social, inclusive dos orçamentos públicos, com o risco do aumento das várias formas de violência. Integrados e excluídos podem ainda mais distanciar-se. Ademais, os novos empregos flexibilizados não estão superando as perdas dos sistemas anteriores e dependem ainda da competitividade das cidades. Quem consegue ser Nova Iorque ou Barcelona? Os chamados “vendedores de esperança” das cidades, como Borja e Castells, sugerem, entre tantas outras coisas, que a desqualificação do mercado de trabalho seja fator negativo para o *city marketing*.¹²

4. Busca-se criar um imaginário de progresso e recuperação econômica, com vistas a garantir o consentimento dos moradores e sua atitude de pertencimento, que levem a novos acordos sociais locais e regionais. Daí as obras visíveis do tipo da renovação de centros, áreas portuárias e outras operações imobiliárias ligadas à cultura, ao lazer e aos negócios. Evidentemente, a lógica da competição entre cidades e regiões e a da gestão que busque a redenção do lugar leva, quase sempre, à despolitização do espaço social. Cidades formadas por grandes diferenças socioespaciais – como a maioria das brasileiras – poderão sofrer mais as novas injunções.

5. Os atores público-privados parecem guardar relação de cooperação e complementaridade. No entanto, a observação permite ver também a mistificação, notadamente quando os investimentos públicos em infraestrutura encontram resposta pífia na contraparte dos atores econômicos. Milton Santos dissera em 1998 que os acordos público-privados per-

mitiam ver “um aumento da força de ação econômica e uma diminuição da força de ação social”.¹³

6. A cidade faz-se espetáculo, com forte apoio dos setores dominantes da sociedade local. À medida em que o impacto mercadológico cresce, produz-se a impressão de que não há mais contradições. Cada intervenção cria novos ícones e assim se sucedem novos produtos. O cidadão e a cidadã são confundidos com consumidores/consumidoras. Se possível, consumidores não-críticos.

7. Há propostas (por exemplo as autoras citadas) sobre o nosso dever de recuperar a discussão das cidades como espaços políticos e, conseqüentemente, “resgatarmos formas comunicativas plurais identificadas com novas solidariedades regionais” no final do texto, Fernanda Sanchez escreve: “...importa-nos sempre resgatar alternativas de resistência e expressão cidadã que tenham raízes profundas no lugar. Decifrar a base cultural e política dos novos instrumentos de reestruturação urbana e das novas modalidades de gestão parece-nos essencial para a concepção de diversos cenários de futuro, que ampliem as exigências da sociedade e garantam sua presença ativa na condução dos destinos das cidades”.¹⁴

PROJEÇÕES E AFIRMAÇÕES PARA O ACÚMULO DA CIDADANIA

A cidadania digital é, antes de tudo, um ato de reconhecimento da existência e ação de um amplo processo informacional a criar modelos de cidade, modelos de planificação educativa e modelos de produção social. No tempo anterior, pode-se dizer que os modos de comunicação tendentes a facilitar o exercício da cidadania foram reprimidos pela informação ficcional de um desenvolvimento que ampliou isolamentos e negou a consciência de vínculos sociais. Pudemos, assim, avançar (por isso respiramos hoje!), mas modesta e conflitantemente. Uma ação dialógica voltada, hoje, para o novo local com influências globalizantes exige que a acumulação econômica local esteja a serviço das políticas sociais, quer para responder aos deficits históricos anteriores, quer para

equalizar oportunidades de intercâmbio de saberes. Somente aí podemos falar de acesso e participação. Deste modo, uma ação comunicacional prévia e indispensável é aquela que estabelece a conversação pública em torno dos fins da cidade nova ou renovada e sugere metodologia de acompanhamento das ações. Somente no seio dessas definições é que programas de educação tecnológica podem servir como expressão cidadã diferentemente do que já o fizeram na história. A cidade precisa ser círculo de cultura, menos para as operações formais da educação do que para seus fins políticos. O quadro traçado para as cidades bafejadas pela internacionalização dos capitais pode ser sentido cotidianamente nas periferias das metrópoles por todos e todas que têm olhos de ver. Daí a urgência em ver bem o que Beltrão chamaria também hoje de explosões opinativas dos excluídos e, ato contínuo, alterar o rumo do pensamento. Em vez de sociologizar sobre as perdas materiais da cidade e o conseqüente marketing seletivo que busque sua revitalização, carecemos de computar e inferir resultados das substanciais perdas humanas que as cidades estão tendo, e que ameaçam as mínimas chances de desenvolvimento. Se desenvolvimento somente se dá no reencontro com o gênio da cultura, então não estamos falando de cidades-vitrine, de planificações de sistemas para o trabalho de 4 ou 5 privilegiados, mas estamos tratando da conquista política da cidade pelas pessoas, um processo educativo e inclusivo de pessoas e grupos. A sociedade da informação se reverte, na localidade, em sociedade da comunicação e é somente com essa consciência de vinculação subordinada que qualificaremos cidadãos, crianças, adolescentes, jovens e adultos para o trabalho, que produziremos veículos de novas conversações, que faremos orçamento participativo, que produziremos alegria com nossos *bits* e *bytes*, que planificaremos cidades para o futuro, que limparemos nossas fontes de água. O que há de novo na pedagogia do oprimido (e que vivencio continuamente nos espaços periféricos da metrópole em que trabalho) é que a imersão no conhecimento pode encontrar no local a microfísica do mundo. Deste modo, para aprendentes e ensinantes atentos os fluxos que buscam

alienar podem ser vistos na esquina e no contra-cheque do aposentado, com mais evidência do que antes. As integrações de espaços podem ser visitadas como vitrines centrais, negando a tradicional descentralização de serviços. As dívidas sociais antigas não são pagas em nome das modernizações centralizadas. Dez novos empregos são saudados com rojões e propaganda que superam em muito o valor do investimento. O menino que chega à escola é chamado de cliente. A segurança/insegurança, assunto do Estado antigo, é dado da anatomia do corpo ameaçado.

PELO FIM DAS MIRAGENS

Por incrível que pareça, o desenvolvimento não é mais uma miragem, ou ficção. Passou a ser o próprio oásis, embora com calor de purgatório, ou fundição. E como as nossas culturas populares conhecem, desde 1500, esses calores e essas paragens, temos efetivamente a oportunidade da negação consciente e da proposição que amplie a ação dialógica. Por esse caminho, educadores e comunicadores poderão ver que já não mais trabalham com massa, mas com sujeitos sociais no exercício do conhecimento. A nova ação dialógica dos oprimidos pela exclusão da sociedade informática pode ser a premissa para todos os nossos métodos de alfabetização digital. A cidade é a nova olaria onde se forja o sentido dos tijolos.

Como vimos, temos alguma acumulação. A nova obra pode ser de primeira ordem. Abaixo Sísifo. Mais acuidade para negar a folclorização das explosões opinativas das gentes. Também nos restos se produz a beleza, como nos provam os digitadores, analistas, bailarinos e dramaturgos dos lixões.

Têm razão as várias instituições que trabalham pela democratização da informática, pela construção de sentidos cidadãos da tecnologia. A partir do movimento local, atingiremos as leis que ainda não provêem recursos democratizadores e estimulam privilégios. Revê-las e redirecioná-las (ou apoiá-las) é o caminho para não criarmos novas ficções de desenvolvimento. Temos urgência no transformar em efici-

ência o trabalho educativo com portadores de necessidades especiais. Devemos avançar para a construção da liberdade de uso, adaptação e aperfeiçoamento de programas. Alargaremos o espaço público de informação e comunicação, constituindo na prática os centros de bairros e vilas, lugares de estar, conviver e decidir.

Por fim, no encontro nacional do Mova-Brasil, movimento de alfabetização de jovens e adultos, apresentei uma proposta que está sendo discutida por educadores e educadoras de algumas centenas de cidades. Ela segue as preocupações aqui levantadas. Aqui, um resumo. A nova fase da educação popular deve ser mais exigente e reconhecer na cidade seu laboratório de cidadania. Carece também de exigir integrações de campos e ações transversais que pensem ética, tecnologias, novas formas de sociabilidade, desenvolvimento econômico etc. Considera que a obra de Paulo Freire não está posta no passado, mas no futuro, nas convergências de campos de conhecimento e nas exigências de liberdade. No momento do subemprego e do conhecimento seletivo, mais que nunca precisamos nos aprofundar nos significados das culturas do trabalho, que legaram a mínima sociabilidade nas periferias, a negação das desintegrações das comunidades e uma história de luta. Alfabetizar, hoje, inclusive pela e para as tecnologias, implica recolocar em cena as culturas do trabalho como valor básico para a ação dialógica. Deste modo, alfabetizar implica o encontro com a cidade e os diversos temas que a perpassam. A alfabetização tecnológica pode constituir-se na construção da comunidade cívica que faz da cidade revitalizada um lugar de efetiva pertinência, não pelo espetáculo da ação, mas pelo compromisso carinhoso para com ela. O conhecimento tecnológico-digital é simultâneo ao conhecimento letrado e precisa estimular diálogo contínuo entre aprendentes e ensinantes, cidadãos. De fato, a criação do conhecimento e o trabalho metodológico são intrínsecos e não excluem a sincronia de saberes, isto é, permitem a convivência da oralidade com a escritura (entendidos os registros sociais distintos delas), da escritura tradicional com a digitalidade, da expressão estética com a tecnológica, da produção

de informação com o seu consumo. Precisamente, a atitude crítica, a ação integradora de saberes e métodos e a inserção delas em política orgânica serão os diferenciais e as referências qualitativas da ação educativo-social. São fundamentais as avaliações críticas da nova atitude, com a construção de indicadores precisos quanto ao alcance social do projeto, quanto ao encontro de saberes, à correlação de aprendizado e metas, ao desempenho de programas de trabalho, à necessidade de investimentos e à capacidade social de absorção de educandos e educandas. Enfim, essa nova ação dialógica, essa nova consciência de vínculos de cidadania poderá constituir novos sujeitos sociais, articular atores políticos da cidade, incrementar a educatividade social e acumular valores para a mudança desejada e necessária.

NOTAS

¹ Rosenfeld, Anatol – Texto/Contexto. São Paulo: Editora Perspectiva, 1969, p.95.

² O Movimento Modernista. Rio de Janeiro: Casa do Estudante, 1942.

³ Cito especialmente Pedagogia do Oprimido.5.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978. Pedagogia dos sonhos possíveis. São Paulo: Unesp2001. Organização e apresentação de Ana Maria Araújo Freire. Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980.

⁴ Staiger, Emil – Conceitos Fundamentais de Poética. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1972.

⁵ Venício A. de Lima, em A pedagogia da libertação em Paulo Freire. São Paulo: Editora Unesp, 2001, mostra o pensamento de Freire como presença atual. Seu texto: Comunicação e cultura no fim do século XX: a atualidade de Paulo Freire.

⁶ Razões e ficções do desenvolvimento. Organizadores Glauco Arbix, Mauro Zilbovicius e Ricardo Abramovay. São Paulo: Edusp/Unesp, 2001.

⁷ Maria Vitória Benevides em Cidadania Ativa, 1991, discute cidadania como realização concreta da soberania popular.

⁸ O mito do desenvolvimento e o futuro do terceiro mundo. Em *Argumento*. São Paulo: Paz e Terra, 1973. Idem *Reflexões sobre a crise brasileira*. Em *Razões e Ficções do Desenvolvimento*. São Paulo: Edusp/Unesp, 2001.

⁹ *La comunicación comunitaria. Cometido de los medios de comunicación comunitaria en el desarrollo*. Paris, Unesco, 1980.

¹⁰ São Paulo: Editora Vozes, 1998.

¹¹ *Literatura e subdesenvolvimento*. São Paulo: Argumento, Paz e Terra, 1973.

¹² Vide Rose Compans em *O paradigma das global cities nas estratégias de desenvolvimento local*. Estudos Urbanos e Regionais. São Paulo: Anpur, maio 1999.

¹³ Citado por Fernanda Sanchez em *Políticas Urbanas em Renovação: uma leitura crítica dos modelos emergentes*. Estudos Urbanos e Regionais. São Paulo: Anpur, maio 1999.

¹⁴ Op.cit.

REFLEXÕES SOBRE POLÍTICAS E ESTRATÉGIAS SOCIAIS DE INFORMAÇÃO, CULTURA E COMUNICAÇÃO EM TEMPOS DIGITAIS

Othon Jambeiro*

INTRODUÇÃO

Nos anos recentes, nas etapas iniciais da redemocratização do Brasil, posteriormente ao regime militar, o processo de formulação de políticas e estratégias sociais de informação e comunicação continuou controlado por elites políticas e intelectuais mais ou menos homogêneas, pelo menos no que se refere à aplicação do pensamento liberal à mídia. Os que de fato manejavam o poder nas estruturas de governo ligadas à área de comunicação de massa sabiam, através de longa familiaridade com problemas governamentais, o que era bom para a manutenção do *status quo* e o que deveria ser considerado como esquemas utópicos.

Com o passar dos anos, contudo, a situação mudou porque grupos que se opunham àquela realidade não-democrática assumiram certas funções decisórias, dentro e fora dos círculos restritos das elites políticas e intelectuais. Isto levou a que camadas e grupos cujo pensamento político se orientava para a realidade não-democrática tivessem de começar a cooperar com ou lutar contra pessoas que passavam a viver suas primeiras experiências políticas nos mesmos espaços institucionais – pessoas cujo pensamento se encontrava exatamente no estágio considerado utópico, pela elite dominante.

Este embate, crescente a partir da década de 80, tem sido a força propulsora da democratização das estruturas e espaços institucionais encarregados da formulação e execução de políticas e estratégias sociais de informação e

*Professor Titular do ICI/UFBA.

comunicação para o Brasil. E esta democratização gradual, porém lenta, tem significado perda de homogeneidade na elite governante.

E o que pensam estas elites políticas e intelectuais?

Para a mentalidade dominante o que é informacionalmente e culturalmente valioso deve existir num plano superior, inacessível aos homens comuns. Neste caso, como em outros, as atitudes em relação à informação, à cultura e ao conhecimento seguem o paradigma das relações sociais subjacentes. Onde quer que a ordem política e social se assente sobre a distinção entre tipos humanos 'superiores' e 'inferiores', surge uma distinção análoga entre objetos 'superiores' e 'inferiores' de conhecimento, informação e cultura.

Contudo, a essência do processo informacional, cultural e do conhecimento é exatamente o fluir contínuo de realizações cooperativas, o gradual acúmulo de pequenas conquistas, a confluência de pequenas correntes que se interconectam, interpenetram e se complementam na cultura e no processo de acumulação de conhecimento da sociedade como um todo. O destino dos grupos, das comunidades, das sociedades nacionais, da humanidade inteira, sustenta-se nos esforços constantes e cumulativos da massa anônima, das pequenas correntes, e não nos vôos admiráveis das elites dominantes.

O papel das boas políticas e estratégias de informação e de comunicação é, pois, estimular toda e qualquer criação, embora sem descuidar dos gênios ou vanguardistas. Para estes, a atitude a ser tomada é incentivá-los a transmitir suas novas descobertas, primeiro para grupos intermediários, e depois para a própria massa. O caminho da virtude está em propiciar cuidados com a produção de informações, conhecimento e cultura, que emana do fluir constante de realizações cooperativas, e, ao mesmo tempo, compreender e incentivar o vanguardismo. Por esta via a democratização da informação, da cultura e da comunicação poderá tornar-se um processo de nivelamento antes que uma tendência à mediocridade igualitária.

A democratização da informação e da comunicação

envolve uma diminuição da distância entre a elite intelectual e outros setores da sociedade. Na medida em que o processo se desenvolve, os laços entre a elite intelectual e a sociedade tendem a tornar-se mais estreitos e mais orgânicos. Em consequência, a auto-avaliação das elites intelectuais se altera à medida em que a informação se torna mais democrática. Democratização, neste caso mais que em qualquer outro, significa essencialmente uma redução da distância vertical, um desdistanciamento (Mannheim, 1974).

POLÍTICAS E ESTRATÉGIAS DE INFORMAÇÃO, CULTURA E COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL/REGIONAL

Uma política é o produto final de negociação, coalizão e formação de consenso sobre determinado assunto. Embora isto signifique que uma política é a resultante de negociação de interesses entre agentes de decisão e possíveis beneficiários, ela pode, eventualmente, ser também uma escolha "racional" de um agente de decisão. Em qualquer caso ela é um conjunto de objetivos específicos e princípios normativos para sua consecução e responde à realidade de determinado momento histórico. O processo de sua elaboração deve garantir não só sua legitimidade mas também a capacitação social para geri-la e fazê-la avançar. Além disso, uma política não é simplesmente uma reação aos desafios e às oportunidades do meio. Sendo deliberada, é também um esforço de moldar o futuro.

Conceber uma política é, em última instância, uma tentativa de isolar as questões envolvidas, determinar o contexto em que deverão ser resolvidas, esclarecer os objetivos, descobrir os fatores mais importantes que estão atuando na realidade objetiva em que os problemas ocorrem, e obter a mais exata noção possível das relações entre eles.

As políticas são determinadas, na forma e no conteúdo, pela mobilização, articulação e confrontação de grupos de interesse. A decisão sobre problemas específicos é tomada em diferentes arenas, já que grupos distintos

possuem interesses diversos. Essa diversificação é criativa porque as tensões, problemas, insatisfações e vários outros oponentes latentes do mundo social tornam-se então manifestos. Com grande freqüência novos grupos e organizações surgem como resultantes de uma nova política e começam a articular demandas e gerir pressões. Mudanças nas políticas podem ocorrer – e geralmente ocorrem - quando há alterações na influencia relativa de qualquer grupo de interesse. Ocorrem, igualmente, quando as estratégias decorrentes revelam impropriedades, ineficiência e ineficácia de proposições, formulações e objetivos das políticas.

Há dois tipos de relação entre políticas e estratégias de informação e comunicação e o desenvolvimento local/regional.

O primeiro caracteriza-se por ser mais diretivo, geralmente vinculando-se a uma política mais ampla de desenvolvimento, ou de desenvolvimento integrado e envolve profissionais de variada formação. As décadas de 70 e 80 do século XX testemunharam intenso debate, aplicações das mais diversas e balanços ora positivos ora negativos acerca da eficácia deste tipo de política. Programas de desenvolvimento em pequenas comunidades rurais e urbanas foram os grandes fomentadores deste tipo de política.

No segundo, as políticas e estratégias voltam-se para o favorecimento puro e simples de informações de toda natureza, por meios os mais variados, abrangendo todos os campos do conhecimento. Este tipo de política de informação e comunicação atende aos preceitos do direito de acesso à informação e geralmente se propõe a abranger também o direito de acesso aos meios. Isto é, tornar possível que pessoas e organizações sociais utilizem espaços e tempos da mídia para expor seus pontos de vista sobre a realidade em que vivem. Fortemente politizado, particularmente nos anos 80 e 90, este tipo de política tem sustentado conceitualmente os movimentos pela democratização da informação e da comunicação. Seu maior trunfo é a criação do Conselho de Comunicação Social, órgão consultivo do Congresso Nacional.

Vejamos agora como se caracterizam estes tipos de política, expressos em estratégias diferentemente elaboradas, a partir mesmo da distinção conceitual entre eles.

POLÍTICAS DESENVOLVIMENTISTAS

O postulado maior deste tipo de política é o de que o desenvolvimento local e regional é uma tarefa que exige o concurso de especialistas de várias áreas científicas. Trata-se de um trabalho inter-disciplinar, no qual nenhum especialista é menos ou mais importante que os outros, ficando a presença intelectual de todos determinada, no tempo e no espaço, por critérios informados, unicamente, pelos objetivos específicos visados.

Em qualquer hipótese, seja qual for o objetivo específico e quaisquer que sejam os especialistas que o busquem, a meta maior que se pretende atingir é, sempre, a mudança social ordenada, tanto nas instituições, na cultura e, principalmente, no próprio homem, através do desenvolvimento de suas forças produtivas.

Historicamente, as mudanças sociais se processam de modo espontâneo. O modelo desenvolvimentista advoga que a experiência tem demonstrado ser antieconômica a mudança espontânea, no que se refere à utilização racional dos recursos humanos e materiais da comunidade. Além disso, na maioria das vezes, cria tensões incontroladas e prejudiciais ao desenvolvimento.

O certo, pois, é que as mudanças pretendidas sejam planejadas e, em qualquer hipótese, intentadas e controladas pelos indivíduos que serão por elas diretamente atingidas. Para conseguir este intento é necessário, antes de tudo, a formulação de políticas e estratégias de informação e comunicação que informem aqueles indivíduos sobre as várias alternativas de mudanças, e os persuadam a mudar.

O grande objetivo deste tipo de política - e respectivas estratégias - é a informação e a persuasão das comunidades envolvidas no projeto de desenvolvimento. A informação, para que tomem conhecimento das inovações possíveis e

tornem-se insatisfeitas com sua situação atual; a persuasão, para que não titubeiem entre a acomodação e o esforço para mudar e decidam-se pela mudança.

Claro está que as decisões individuais precedem, inevitavelmente, a decisão coletiva. Isto é, para que a comunidade decida, coletivamente, pela mudança, é necessário que, anteriormente, cada um da maioria dos seus membros tenha decidido mudar. Não a decisão superficial, expressada no assentimento puro e simples a soluções unilaterais; mas sim a decisão tirada das informações recebidas, uma decisão, enfim, que tenha resultado da escolha entre alternativas possíveis.

Isto significa que o processo de mudança deve resultar de um processo anterior de decisões individuais. E mais: que estas decisões individuais sejam tomadas a partir de um conjunto de informações que ofereça as mais diversas alternativas com relação a cada um dos objetivos a atingir.

Temos, então, que a informação e a persuasão antecedem todo e qualquer processo de mudança, já que somente a partir delas pode a comunidade dar o passo inicial deste processo, a saber, a decisão de mudar. Tal mudança geralmente se refere à superação do atraso sócio-econômico e do analfabetismo, à fixação de melhores níveis de higiene e saúde, ao estabelecimento de melhor padrão residencial e à conquista de participação democrática dos grupos sociais nas comunidades e organizações locais e regionais.

No que se refere à persuasão, o modelo defende a realização de um diagnóstico dos mecanismos de informação e de influências pessoais e grupais. Parte integrante de outro mais amplo, abrangendo a procura de conhecimentos para o processo de mudança – problemas gerais da comunidade, aspirações e atitudes da população, estágio econômico-social etc. – este diagnóstico é que vai indicar os caminhos a serem adotados no planejamento. A política e as estratégias de informação e comunicação vão tratar diferenciadamente líderes de opinião, municiando-os com informações consistentes e utilizando técnicas de persuasão para torná-los aliados e defensores dos objetivos visados pelo programa de desenvolvimento.

Em qualquer hipótese, há consenso em que a mídia comunitária e seus produtores, independentemente do tipo de mídia e de pessoas envolvidas, não são programadores anônimos e sim entes reais, que conhecem a comunidade e são por ela reconhecidos. Além disso, funcionam como plataformas para troca de informação e experiência entre pessoas e grupos da comunidade, ao invés de serem instrumentos verticais de persuasão.

POLÍTICAS DE DEMOCRATIZAÇÃO

O conceito básico deste tipo de política é o de que a comunicação é um elemento constitutivo e indissociável da sociedade, responsável pela circulação de informações, opiniões, ideologias, cultura e conhecimento. Como processo social básico a comunicação está presente em todas as sociedades, permeando as diversas dimensões sociais.

Com o desenvolvimento de sociedades cada vez mais complexas, inúmeras modificações aconteceram no campo da comunicação, sendo uma das principais o surgimento da comunicação social, coletiva ou de massa. Este novo tipo de comunicação somou-se à comunicação interpessoal existente e passou a ser fator privilegiado no processo de tornar públicas as coisas políticas, sociais, econômicas e culturais na sociedade contemporânea. Isto porque nas sociedades contemporâneas não há como efetivar-se a liberdade de expressão, senão através de estruturas industriais de produção e difusão de informação, cultura e conhecimento. O tornar público uma idéia, uma opinião, uma crítica, uma sugestão, significa hoje, na maioria das situações, divulgá-las através de um ou mais de um meio de comunicação de massa – jornal, rádio, televisão, revista, fonograma e outros produtos similares da chamada indústria cultural. Quem forma opinião, quem a rigor domina o fluxo de informação da sociedade, é quem possui estes meios ou a eles tem acesso.

Como, porém, fazer-se democracia sem que os

cidadãos expressem suas idéias, sem que se informem adequadamente e informem aos outros seus pensamentos e opiniões? Como dizer-se que há participação social se não se realiza plenamente na sociedade o processo social básico, caracterizador mesmo das sociedades humanas, a comunicação, tomada como meio pelo qual informações, cultura e conhecimento circulam entre os indivíduos e grupos sociais? Como pode o cidadão, isoladamente ou associado a outros, participar, se não tem acesso a meios e instrumentos que lhe permitam, de um lado, apreender a realidade, conhecer as várias versões dos acontecimentos, inserir-se no fluxo de informação, e, de outro, exprimir idéias, criticar, sugerir, tentar atrair outros para suas opiniões?

As estruturas industriais de informação e comunicação tornaram-se, pois, elementos indispensáveis ao desenvolvimento econômico, político e cultural da sociedade e, em particular, à sua democratização. É por seu intermédio que a informação, tomada no seu sentido mais amplo, circula plenamente na sociedade, atingindo rapidamente grandes massas populacionais. O modelo de política democratizante afirma que sem a democratização do controle daquelas estruturas industriais não existirá democracia na sociedade.

O direito de acesso à informação – e, mais radicalmente, de acesso aos meios de comunicação social – aparece como elemento crucial na configuração do regime democrático. O direito à informação significa não só o direito do cidadão ser informado, mas também o direito do cidadão informar e o direito das entidades da sociedade civil se expressarem e tornarem efetivamente públicas suas idéias e opiniões. Isto implica afirmar a pluralidade de meios – e a pluralidade do acesso aos meios – como uma das características inerentes à sociedade democrática.

Este tipo de política argüi que o Estado não pode estar alheio a isto, a ele cabendo atuar de modo transparente, articulado e eficaz, no campo da comunicação social. São suas obrigações:

1. garantir o pleno direito à informação e se colocar contra todas as formas de censura, seja política ou econômica;

2. intervir democraticamente na sociedade, objetivando estimular a pluralidade no controle dos meios de comunicação social;

3. criar canais democráticos e institucionais de circulação de informação, opinião, idéias e conhecimentos, visando maximizar a comunicação da sociedade com o Estado, permitindo que a sociedade tenha voz e participação na gestão da coisa pública;

4. divulgar, de forma transparente, as ações e pretensões do governo, para que a sociedade esteja constante e corretamente informada da atuação dos seus governantes.

O Estado, enquanto representação da sociedade, tem a função de organizar, normalizar e fomentar o desenvolvimento e a realização do mais pleno uso dos canais de informação na sociedade. Da mesma forma que tem semelhante função com referência à agricultura, saúde, cultura, educação e outras atividades do homem em sociedade. Ao Estado, portanto, compete, dentro das suas funções, uma atividade essencial à sociedade: fomentar o exercício do direito à informação, criar condições materiais e sociais para o cidadão expressar-se individual e coletivamente, garantir as condições necessárias à que a pluralidade de idéias e opiniões se torne pública e universal. Uma das conquistas estratégicas esperadas por este tipo de política é, por exemplo, a produção regional de rádio e TV.

A segunda grande atividade do Estado, quanto ao direito à informação, é a de estabelecer um canal de duas vias com a sociedade, de tal forma que sejam legitimadas as ações de governo. Não a legitimação *a posteriori*, mas o debate prévio, o planejamento participativo, a comunicação direta entre governo e povo, a respeito de projetos e programas governamentais específicos.

Há pelo menos dois motivos para que esta atividade se efetive: o primeiro é a obrigação do Estado de conhecer aspirações e expectativas dos cidadãos quanto ao desenvolvimento

social, econômico e cultural. O segundo é que o melhor meio para combater os males tradicionais atribuídos ao Estado, em todas as suas instâncias – a ineficiência, o desperdício de recursos, a corrupção, o desmando – é a participação social, a clareza meridiana, a transparência da administração. E isto só é conseguido se há um fluxo de informação pleno entre o Estado e a sociedade, dando a esta condições efetivas de participar do planejamento, acompanhamento e avaliação dos projetos do governo.

Por fim, há a tradicional divulgação – paga e não paga – das ações de governo. Neste caso, o que o modelo democratizante propõe, tendo como suporte conceitual o direito do cidadão ser informado e a obrigação do Estado informá-lo sobre os atos da administração pública, é a valorização do trabalho da Imprensa, não descuidando jamais de apresentar à população a verdade dos fatos, no momento mesmo em que estejam ocorrendo.

INFORMAÇÃO, COMUNICAÇÃO E SUAS POLÍTICAS E ESTRATÉGIAS, HOJE

A formação do homem jamais esteve tão condicionada e determinada pelos processos, sistemas e estruturas industriais de informação, cultura e comunicação de massa. Mas a cada dia se pergunta com mais ênfase se esse complexo tecnológico, dominado por interesses comerciais e financeiros tem contribuído para a emancipação cultural e política dos povos. A resposta mais comum é não.

No Brasil, os meios de informação e comunicação estão concentrados em poder das camadas privilegiadas da população. As classes pobres, os trabalhadores, mesmo os que conseguem alto nível de organização, não detêm o mínimo poder de uso desses meios. Por força deste domínio a ideologia disseminada pela chamada indústria da comunicação de massa, que explora comercialmente os meios, é controladora, amortecedora, estimuladora de comportamentos passivos e individualistas.

Na Imprensa, a instituição empresarial domina os

jornais, as emissoras de rádio e televisão, fazendo da comercialização de espaços, informações e opiniões, a atividade fundamental. Nas redações e centros de produção editorial há crescente influência do conceito de produto industrial na investigação e apuração dos fatos, e na geração de notícias e reportagens. Os comunicadores a cada dia influenciam menos na fixação da linha editorial e no comportamento dos veículos da imprensa.

A radiodifusão, por sua vez, tem servido de escudo para o mais indisfarçável controle ideológico da população; as concessões são feitas quase que exclusivamente a empresários e políticos comprometidos com esquemas de cominação oligárquica ou com os grandes grupos econômicos que controlam a economia nacional.

Há, contudo, um novo fator com forte potencial para funcionar como desequilibrador desta realidade: o desenvolvimento da Telemática – fusão entre computadores e telecomunicações – aliado à revolução da micro-eletrônica. Ele poderá, a depender do grau de correção de novas políticas de informação e comunicação, transformar-nos em parceiros ou colonos dos outros povos na nova aldeia mundial da informação. A digitalização – uso de um sinal uniforme de transmissão – reduziu a nada a tradicional conceituação diferenciadora entre dados (símbolos que podem ser manejados e transmitidos por computadores) e informação (combinação de dados em mensagens compreensíveis para os seres humanos). Hoje tudo pode ser convertido em dígito binário.

Na verdade, a cada dia será mais difícil diferenciar, nos fluxos de informação, do ponto de vista dos sistemas e estruturas tecnológicos, as transmissões que carregam produtos da cultura de massa, dados financeiros e empresariais, ou mesmo informações pessoais.

Isto determina que as novas políticas e estratégias de informação e comunicação devem conter muito mais amplas e democráticas regulamentações para a concessão, propriedade e uso dos mídia e de todo o aparato tecnológico disponível para um jamais visto fluxo de informação,

idéias, cultura, conhecimento e dados de toda natureza. Tais políticas e estratégias devem extrapolar, necessariamente, o universo dos mídia tradicionais, passando a abranger, para democratizá-los, todos os novos mídia.

Políticas democráticas de informação e comunicação são necessárias porque somente através delas se pode visualizar e estabelecer o papel dos mídia, novos e velhos, num enfoque global de desenvolvimento da sociedade, e, em particular, no que se refere à educação, ciência e cultura. Políticas de informação e comunicação, nessa ótica, não são uma simples reação a algo estabelecido, mas um conjunto estratégico ligado aos objetivos da sociedade.

É através de políticas democráticas de informação e comunicação que a sociedade pode estabelecer o verdadeiro conceito do direito do cidadão ser informado e ter acesso a todo tipo de informação que deseje. Um direito de informação e comunicação que não se traduza no direito dos proprietários ou concessionários dos mídia de reproduzir só o que convém aos seus interesses. O direito de informação e comunicação tem um conteúdo mais amplo e complexo até mesmo que o da simples liberdade de expressão. Porque ele tem evoluído, por força do desenvolvimento tecnológico na área da Telemática, para incorporar também o direito de acesso aos meios e participação no conteúdo, o direito de receber e produzir informação.

Uma política democrática de informação e comunicação deve possibilitar, regular e estimular infra-estruturas, processos e sistemas de produção e difusão de informações, conhecimento e cultura que visem o desenvolvimento integral do homem e da sociedade. Ela deve se constituir num conjunto de princípios, normas, diretrizes e estratégias coerentes entre si e levar em conta o contexto geográfico, econômico, histórico, social, político e cultural do Brasil contemporâneo. Em razão do que é de fundamental importância que sua formulação e aplicação envolvam as formas organizadas da sociedade (instituições sociais, culturais, educacionais, econômicas e políticas), governos, e os órgãos legislativos federais, estaduais e municipais.

Nos dias de hoje, dadas as novas tecnologias e a reorganização da sociedade e da economia mundiais, pode-se citar como estando entre os principais objetivos de uma política de democratização da informação e comunicação, e suas necessárias estratégias:

1. definir as responsabilidades sociais para efeito da posse e uso dos mídia de qualquer natureza, considerando cada um na perspectiva de sua potencialidade e função social.

2. Garantir o mais amplo acesso e a mais plena participação coletiva organizada nos processos de regulação de concessão de radiodifusão, cabodifusão, difusão via satélite, internet, redes, sistemas e bancos de informação virtual.

3. Reconhecer as diferenciações regionais, inclusive na radiodifusão, organizando a regionalização e municipalização das emissoras, criando condições objetivas para a contrapartida da globalização unidirecional existente, que é permitir a circulação global das culturas locais.

4. Reconhecer o dever do Estado de garantir a possibilidade de participação de todos os setores da sociedade nos processos de regulação da informação e da comunicação.

5. Estabelecer órgãos e mecanismos democráticos e representativos da sociedade, capazes de desenvolver, fiscalizar e normalizar políticas democráticas de informação e comunicação.

6. Instituir fundos públicos para facilitar a universalização do uso dos mídia eletrônicos e virtuais, particularmente entre as camadas pobres da população.

Políticas desta natureza, que busquem assegurar a sobrevivência e o desenvolvimento das formas de pensar, de agir, de criar, de ser, enfim, do homem brasileiro, são cruciais para a própria continuidade da nação brasileira. No médio e no longo prazos elas criarão as condições para que nossa cultura possa dialogar, enriquecer e ser enriquecida por outras culturas, dentro dos marcos estabelecidos pelo fenômeno da globalização.

CONCLUSÃO

A concepção de qualquer política ou estratégia de informação e comunicação, no mundo contemporâneo, requer que seja colocada dentro de um quadro de referência conceitual fundado em pelo menos três pilares contextuais:

1. crescente transformação dos espaços locais de uso de informação, cultura e entretenimento em mercados de consumo alimentados por padrões nacionais e internacionais; isto é, o surgimento das novas tecnologias de informação está descolando o âmbito do processo de informação e comunicação do local e nacional para o transnacional e planetário.

2. convergência tecnológica e empresarial dos processos de produção e disseminação de informações, cultura e entretenimento (telecomunicações, informática, micro-eletrônica, mídia, cultura de massa, serviços em geral)

3. pressão política, ideológica e tecnológica sobre a abrangência das políticas voltadas para informação, cultura e comunicação de massa, telecomunicações e informática, com aumento e aprofundamento de interfaces e interdependência entre elas.

Este último pilar constitui-se numa das maiores consequências da convergência tecnológica e empresarial no setor da Telemática. Na verdade é já reconhecido que a evolução da convergência está conduzindo a uma expressiva e crescente integração de diversos aspectos das políticas para informática, eletrônica e telecomunicações, com alguns aspectos das políticas relativas à educação e à cultura. A imprensa, a indústria gráfica, o rádio, a televisão, a biblioteca, a indústria cultural, a educação, estão ficando mais interconectadas e interdependentes, de tal forma que uma política para um destes setores pode ter significativas implicações para os outros.

O desenvolvimento deste quadro de referência contextual/conceitual tem permitido uma verdadeira explosão mundial na produção e circulação de informações de toda natureza (dados, imagens, sons, notícias, mensagens privadas etc.), via internet, redes virtuais, cabo, satélite, telefone, ondas hertzianas e suportes materiais como disquetes,

CDs, DVDs etc. Isto, mais o crescimento da indústria de equipamentos multimídia (computadores, televisores etc.) tem aperfeiçoado e expandido as possibilidades de o consumidor escolher, acessar e usar serviços de informação e comunicações. Agindo ao mesmo tempo como parceira e adversária dos conglomerados industriais de informação e comunicação, a nova base tecnológica e empresarial pode permitir aos vários segmentos da população que achem um lugar mais ativo e influente na produção e consumo de bens culturais e na circulação de informações.

Por fim, cabe assinalar, que a penetração da informação e da cultura de massa de origem transnacional nos processos informacionais e nas culturas nacionais naturalmente determina que qualquer estratégia limitada ao meramente local perca eficácia. Isto porque uma estratégia com tal limitação é rapidamente diluída nos processos e conteúdos da cultura de massa, estreitamente vinculados a estruturas empresariais de caráter multinacional. Na verdade, nos dias de hoje, o local está contido, em termos de estratégias e políticas de informação e comunicação, na perspectiva da cultura e da economia globais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Dahrendorf, R. (1991): "La Desreglamentacion y la Intervencion del Estado". In *Perfiles Liberales*, Bogotá (Colombia), 5 (21), p.4-8.

Herscovici, Alain (1995): O Local na Era da Globalização. In *Cadernos da Intercom*. São Paulo: Intercom (número dedicado ao XIII Congresso da Intercom, realizado em Aracaju), p. 11.

Keane, John (1991): *The Media and Democracy*. London: Polity Press, p. 143.

Kelley, David & Donway, Roger (1990): Liberalism and Free Speech. In Judith Lichtenberg (ed)'s *Democracy and the Mass Media*. New York: Cambridge University Press, p.66-101.

Lima Júnior, O. B. e Santos, W.G. (1976): Esquema Geral para a Análise de Políticas Públicas. In *Revista de Ad-*

ministração Pública, Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, vol.10, p.241-256.

Mannheim, Karl (1974): *Sociologia da Cultura*. São Paulo: Ed. Perspectiva/Edusp.

Melody, William H. (1990): Communication Policy in the Global Information Economy: Whither the Public Interest? In Marjorie Ferguson (ed)'s *Public Communication - The New Imperatives*. London: Sage, p.16-39.

Migdalia Pineda de Alcázar: *Nuevas Tecnologías de la Información y políticas nacionales de Comunicación: Europa/ América Latina*. Comunicación y sociedad (CEIC, Universidad de Guadalajara), N. 18-19, mayo-diciembre 1993, p.127.

Monteiro, Jorge V. (1982): *Fundamentos da Política Pública*. Rio de Janeiro: IPEA/INPES.

Murdock, G. (1999): *Converging Interests: Cultural Citizenship and Digital Capitalism*, 1º Colóquio Brasil-Grã Bretanha, Rio de Janeiro, setembro de 1999.

INTERNET: A NOVA SEGREGAÇÃO DIGITAL

Eduardo Namburete*

Os últimos anos do século passado foram marcados por grandes incrementos na área das tecnologias de informação e comunicação, com o desenvolvimento da Internet, a chamada auto-estrada da informação que, para muitos, representa a maior invenção da humanidade, depois da imprensa de Gutenberg. Esta nova tecnologia veio também marcar as novas fronteiras mundiais entre os que têm acesso e os que não têm acesso ao *ciberspaço*.

A tecnologia foi, desde o surgimento das sociedades, um elemento chave no crescimento e desenvolvimento sociais. Ela é mais do que computadores e aviões: tecnologia é a combinação de conhecimentos, técnicas e conceitos; tecnologia é a combinação de ferramentas e máquinas, machambas e fábricas – é, na verdade, uma complexa organização social, de processos e de pessoas. O contexto organizacional, histórico e cultural em que a tecnologia é desenvolvida e aplicada constitui a chave para o seu sucesso ou fracasso.

Como todas as máquinas e tecnologias inventadas ao longo dos anos, a Internet foi concebida para impulsionar e facilitar o desenvolvimento das sociedades. Esta é a tecnologia mais recente e a que mais rapidamente se expandiu, constituindo-se numa das ferramentas que, a ser bem usada, pode facilitar a difusão e implementação das inovações tecnológicas nos diversos campos do desenvolvimento. Esta nova ferramenta foi concebida para interligar o mundo através de uma rede de computadores ligados via satélite ou por cabo, constituindo desta forma o que Marshall McLuan chamou de Aldeia Global. Porém, estes aspectos positivos são imediata-

*Presidente da Associação Moçambicana de Estudos da Comunicação. Director do Gabinete de Imprensa da Universidade Eduardo Mondlane. Coordenador da Escola de Comunicação e Artes da Universidade Eduardo Mondlane. Docente da Faculdade de Letras da Universidade Eduardo Mondlane

mente comprometidos pelas desigualdades de oportunidades entre os povos do norte e do sul, e a hegemonia cultural do ocidente.

A aldeia global, sonhada por Marshal McLuan, pressunha um mundo pacífico, ligado por computadores e todos se comunicando com todos no aperto mágico de teclas de computador. Mas, contrariamente, esta nova ferramenta muito cedo se revelou uma nova forma de segregação, discriminando os pobres e todos aqueles que não falam a língua inglesa.

O presente trabalho não pretende constituir uma investigação exaustiva sobre o assunto, mas sim fazer algumas provocações para uma reflexão sobre o crescimento, potencialidades e limitações desta nova ferramenta da comunicação.

Durante a década passada, muitas organizações internacionais viram nesta nova tecnologia uma forma de apoiar o desenvolvimento dos países pobres, o que lhes levou a investirem milhões de dólares americanos em equipamentos informáticos em África. A ideia era prover os países pobres - médicos, agricultores, professores e outros profissionais - com e-mails e acesso às últimas informações sobre as suas áreas de especialidades a fim de manterem um contacto rápido com os seus colegas de outras latitudes. Mas até hoje o continente africano, o mais pobre do mundo, assim como outros países subdesenvolvidos, muito poucos benefícios viu desses projectos.

Sendo a Internet uma rede de pessoas, pressupõe-se que qualquer um, com um computador básico, electricidade e linha telefónica pode estar ligado a ela, comunicar-se por meio dela, guardar e partilhar informações com outros. Contrariamente aos outros media, como o rádio e a televisão, na Internet todos os utilizadores podem ser produtores de informação. A internet é essencialmente milhões de pessoas conectadas umas às outras, através de milhões de computadores ligados via satélite. Ninguém sabe ao certo quantas pessoas estão usando a Internet hoje, mas estimativas indicam que mais de 100 milhões de pessoas usam a internet em todo o mundo e os índices de crescimento do número

de utilizadores é assustador. Apenas como um indicador, há cinco anos apenas pouquíssimos países tinham acesso local à Internet; hoje ela está disponível em todas as capitais dos 54 países e territórios do continente africano. Contudo, apesar dessas tendências encorajadoras, as diferenças entre os níveis de desenvolvimento da África e o resto do mundo são ainda maiores nesta área.

Para se ter acesso à Internet são necessários alguns serviços básicos como telefone, energia eléctrica, coisas que muito poucos têm, especialmente nas zonas rurais desses países. A questão de equipamentos obsoletos e infra-estrutura de telecomunicações quase inexistente (em alguns casos numa vila somente existe um único telefone) têm levado os mentores destas iniciativas a repensarem o que, de facto, a Internet pode trazer para estes lugares onde falta quase tudo, inclusive água potável.

Embora a Internet esteja em franco crescimento em termos da sua popularidade e a demografia dos seus utilizadores em mudança, o domínio digital da internet continua sendo uma rede elitista. O perfil padrão do utilizador de internet é do sexo masculino, e com um salário acima da média. Feliz ou infelizmente, conheço as potencialidades da Internet. Sou um dos privilegiados que tem energia eléctrica em casa, telefone, computador, ganha o suficiente para ter uma conta de Internet, lê e escreve em Inglês.

O aparecimento da Internet tornou obsoletas as estruturas de poder tradicionais, mudou as formas de tomada de decisões, alternou drasticamente a forma como os países desenvolvidos conduzem os seus negócios, alterou o sistema de relações sociais, tornou a comunicação muito mais veloz, trouxe os mercados para dentro de casa e tantos outros milagres se operaram no século passado. Muitas maravilhas foram e continuam a ser operadas nos países desenvolvidos, graças à Internet. Grande parte dessas organizações internacionais (interessadas em apoiar os países subdesenvolvidos, especialmente da África) não via nenhuma razão que pudesse impedir que as mesmas maravilhas que eles experimentavam fossem realizadas nos países pobres.

Mas a realidade nos diz outra coisa: em África, o continente menos desenvolvido do mundo, foco de muitos programas de desenvolvimento das ICT financiados pelas Nações Unidas e outras agências de desenvolvimento, apesar de o número de computadores conectados à Internet ter aumentado, o número de usuários é constituído por uma elite urbana. Entretanto, mais de 70% da população africana é predominantemente rural, e para esses o acesso às linhas telefónicas continua um sonho ainda por vir. Existem pouco menos de 20 milhões de linhas telefónicas em todo o continente – menos do número de linhas telefónicas instaladas na cidade de Manhattan, em Nova York – e quase todas essas linhas estão nas zonas urbanas.

Não é minha intenção desqualificar a internet, nem afirmar que a internet não trouxe nenhuma mudança para o mundo, mas da mesma maneira que em alguns países as tecnologias de informação e comunicação (ICT) trouxeram benefícios sociais e económicos, há também muitos, principalmente em África, onde essas mesmas tecnologias não fazem nenhuma diferença.

Até o ano 2002 o número de assinantes da Internet estava perto de 1.7 milhões, impulsionado principalmente pelo crescimento dos utilizadores nos grandes países como o Egito, África do Sul, Marrocos e Nigéria. De todos os assinantes, os países do Norte da África e a República da África do Sul são responsáveis por 1.2 milhões, deixando os restantes 500.000 para os restantes países da África Subsahariana. Dos 816 milhões de pessoas que habitam o continente (dados de 2001), apenas 1 em cada 35 tem telefone móvel, 1 em cada 40 tem telefone fixo, 1 em cada 130 tem um computador pessoal, 1 em cada 160 usa a Internet.

Uma vez que os provedores de Internet estão localizados nas capitais, o acesso aos seus serviços requer chamadas telefónicas de longa distância para atender à maioria da população que vive no campo. A média do custo total de utilização da internet por 20 horas por mês em África é cerca de 60 dólares americanos (taxas e chamadas telefónicas). Mas a assinatura varia entre 10 e 80 dólares americanos, uma diferença

que reflecte o nível de maturidade do mercado e variação das políticas de tarifários das companhias de telecomunicações.

De acordo com a Organização para a Cooperação Económica e Desenvolvimento (2000) 20 horas de acesso a internet nos Estados Unidos da América custa 22 dólares americanos, incluindo os custos de chamadas, e na Europa varia entre 33 e 39 dólares americanos, mas nesses países todos a renda per capita é no mínimo 10 vezes maior que a média africana. Na verdade, 60 dólares americanos é mais do que o salário médio em África.

O Relatório de Desenvolvimento Mundial do PNUD (2000) indica que, em África, cada computador com conexão à Internet ou correio electrónico geralmente é utilizado por 3 a 5 pessoas. Sendo assim, a estimativa do número de utilizadores situa-se entre 5 a 8 milhões. Entre 1.5 e 2.5 milhões só nos países da África do Norte e República da África do Sul. Isto corresponde a cerca de 1 utilizador em cada 250 – 400 pessoas, comparado com a média mundial que é de cerca de 1 utilizador em cada 15 pessoas, e a média da América do Norte de 1 utilizador em cada 2 pessoas. Por estes indicadores podemos ter uma imagem clara do quão limitado é o acesso à Internet em África.

Muito tem se falado sobre a criação da infra-estrutura para suportar a tecnologia do século XXI nas zonas remotas de África, América Latina e Ásia - principalmente, a electrificação das zonas rurais, a instalação de sistemas de telecomunicações. Por incrível que pareça, há muitos computadores espalhados nesses locais, alguns de última geração que são distribuídos por organismos internacionais. Mas a questão que se levanta é quem estará realmente interessado em fazer uso destas ferramentas, quando a prioridade para a maioria da população continua sendo a saúde e educação básica? Parece-nos uma grande contradição a disponibilização de computadores para acessar Internet a pessoas que nem electricidade têm, muito menos linha telefónica e, sobretudo, pessoas que ainda lutam pela sobrevivência a pão e água. Quem de facto se beneficia destas tecnologias que são impostas a estas comunidades? Em muitos casos, as pessoas não são ouvidas

para escolher entre os computadores e água potável.

A falta de infra-estrutura de telecomunicações, electricidade e os altos custos de utilização da Internet não são os únicos obstáculos à implementação das iniciativas das ICT e ao seu pleno aproveitamento pela população nos países subdesenvolvidos. A oposição política, a hegemonia cultural e as questões linguísticas também constituem um entrave para o florescimento desta tecnologia nas zonas rurais.

Um exemplo do factor político pode ser encontrado no caso de Moçambique, durante a realização das primeiras eleições gerais e multipartidárias de 1994, em que os partidos da oposição inviabilizaram a transmissão dos dados via computador para um centro de informação onde dezenas de jornalistas nacionais e estrangeiros se concentravam para a cobertura das eleições. O argumento que transpirou era que o partido no poder poderia, usando a mesma tecnologia, viciar os resultados, visto que os técnicos que operariam o sistema eram, na sua maioria, conotados com o governo ou com o partido no poder (Mazula 2000). Muitas destas estórias são conhecidas em vários países que realizaram eleições no âmbito das novas democracias multipartidárias.

Scott Robison (1998) apresenta-nos outro exemplo, ocorrido no México no lançamento, em 1997, de um programa piloto de instalação de centros comunitários com acesso a telefone, fax, e internet, fora da Cidade do México e Michoacán, em que dos 23 originalmente programados apenas 5 entraram em funcionamento. As razões desta situação foram, também, mais de carácter político e cultural do que técnico - o lançamento deste programa coincidiu com a realização das eleições e ambas as partes em disputa interferiram no projecto, porque não queriam que a população tivesse acesso livre e fácil às informações sobre os concorrentes.

Outro impedimento à consumação do sonho da Aldeia Global profetizada por Marshall McLuan, é o facto de a Internet ser dominada pela cultura inglesa, onde a língua é a parte mais visível desta hegemonia cultural do ocidente. O mesmo que se viveu e se vive com a televisão via satélite e a cabo, em que os países subdesenvolvidos são forçados a consumir

programas empacotados dos Estados Unidos da América, principalmente, é mais intensificado hoje pela Internet. A exclusão neste campo é determinada pela habilidade ou não de se comunicar em inglês, a língua Real. Falamos do *site*, *internet*, *password*, *download*, e por aí vai.

Os países desenvolvidos, que são os que detêm o controle do fluxo da informação na internet, assumem que a cultura ocidental é a mais pura e que deve ser enviada para os países subdesenvolvidos; daí que, em alguns países, organizações há que se esforçam e obrigam outras organizações internacionais no terreno a traduzir alguns conteúdos para serem distribuídos pela população, apenas no intuito de dizer que os africanos também participam desta aldeia global. Não seria melhor criar condições para que a cultura africana fosse também traduzida para inglês, enriquecendo desta maneira o conhecimento dos americanos e ingleses sobre África e enriquecer desta forma a cultura da humanidade?

Na área dos conteúdos e aplicativos, o espaço dos países africanos continua a crescer muito lentamente, pelo menos quase todos os países têm algum tipo de presença na Web, com grandes diferenças de níveis de compreensão. A presença na Web é maior em alguns sectores, principalmente na área do turismo e investimento estrangeiro, cujas instituições têm *sites* mais bem concebidos, com objectivos de marcar uma presença no mercado internacional. Alguns países como a Tunísia e o Gana lançaram páginas na Internet para anunciar as suas ofertas; entretanto, fora a África do Sul, excepto alguns jornais africanos, há muito poucas organizações que usam a Internet para divulgar informações ou conduzir negócios. Esta situação é explicada pelo número limitado de pessoas e locais que têm acesso à Internet (daí a pouca importância pela presença na Internet por parte das instituições).

Os países de expressão francesa têm geralmente uma presença mais activa na Internet que os não falantes do francês. Isto se explica pelo forte apoio que esses países recebem das agências francófonas de desenvolvimento e dos governos do Canadá e da França, que estão

preocupados com a dominação do Inglês na Internet.

A maioria da população em África, América Latina e Ásia não fala, não lê e muito menos escreve em inglês, mas ela constitui quase 100% da língua da internet. O Inglês não é a língua materna do mundo, mesmo nos países como a Tanzânia, Zimbábwe, Nigéria, África do Sul, onde os governos, por questões políticas, declararam o inglês como a língua oficial, muito poucos a falam.

O processo da globalização impulsionado pela Internet é saudável na visão de que as distâncias entre os povos são encurtadas, e isso pode aumentar as possibilidades de um entendimento mútuo entre os povos, raças e religiões, mas o facto de a Internet ser uma rede elitista e eminentemente de língua inglesa cria graves constrangimentos para os países subdesenvolvidos. A humanidade deve o seu próprio desenvolvimento ao intercâmbio cultural entre povos, mas o desenvolvimento tecnológico, neste caso a Internet, tem colocado um grande bloqueio a um intercâmbio equilibrado, tornando a comunicação uma estrada de uma só via, passando as informações a fluir do norte para o sul, transportando apenas a cultura do norte, como a pura, para o sul. Não existe neste jogo da globalização, pelo menos por parte dos países desenvolvidos, a contrapartida de os programas e filmes produzidos nos países subdesenvolvidos serem exibidos nas televisões americanas, inglesas ou alemãs. Devo referir aqui que a produção africana em termos de cinema é baixa, mas para o benefício da cultura mundial, o pouco que se produz deveria ser consumido pelos países do norte, para conhecerem a realidade do sul, e enriquecer-se-ia desta forma o acervo cultural mundial.

O actual progresso das Tecnologias de Comunicação e Informação e a sua utilização ainda estão muito longe de representarem as aspirações de todos quanto desejariam participar desta aldeia global. Não está ainda criado espaço para que todas as culturas possam se expressar e serem ouvidas neste mundo digital. Quando falamos da língua inglesa bloqueando o acesso e a partilha de informações, consideramos também a cultura que está por detrás da questão linguística - os programas que são desenvolvidos em inglês, a terminologia que

é inglesa, e muito mais que no domínio digital continua sendo preferencialmente providenciado em inglês.

Ainda há muito que caminhar para se poder de facto falar da internet como sendo o veículo de expansão do conhecimento, veículo de unificação dos povos, veículo de promoção da democracia e intercâmbio cultural, até que o desenvolvimento da internet ocorra não apenas sob o ponto de vista tecnológico, mas também em termos de relevância dos conteúdos e representação cultural. O facto de os serviços básicos para permitir que os países pobres participem na aldeia global ainda estar por ser criado, e os poucos que têm acesso à internet não participarem activamente nos debates, limitando-se a servir de meros consumidores, leva-nos a caminhar para a triste verdade de que o fluxo de informação continuará, ainda por muito tempo, a fluir do norte para o sul como uma estrada de uma única via.

Assim como no passado, aquando do advento da televisão a cabo e via satélite, o mundo deslumbrou-se com os encantos da qualidade da nova imagem, e muitos aplaudiram essa novidade, dando-lhe crédito de ser uma oportunidade para uma diversidade cultural e pluralidade de informação maiores. Mas o que se viu e se vê é a imposição de uma cultura única, uma única visão do mundo. Não existe pluralidade nenhuma em termos de informação; todos reproduzem a CNN e a BBC, não vemos nenhuma diversidade cultural, em todos os quartos de hotel aonde vamos oferecem-nos a MTV, filmes de Hollywood, programas de diversão da televisão americana. O mesmo acontece com a internet, na qual, apesar das tentativas de se traduzir as páginas para diversas línguas, os conteúdos são reflexo da cultura americana ou ocidental. Os mesmos gigantes que controlam a indústria da informação nos países desenvolvidos são os mesmo que assumem o controlo da internet, (Times, Warner, AOL, CNN).

Não devia nos confortar saber que a partir de Moçambique é possível, via internet, ler um jornal americano ou brasileiro; devemos sim nos preocupar com quem tem acesso a essas informações e que utilidade elas têm para as suas vidas. A utilidade da internet, a meu ver, não deve ser avalia-

da apenas pelos números de pessoas que a cada dia vão se juntando à rede, mas deve ser preocupação de todos saber que benefício as pessoas, principalmente dos países pobres, têm tirado desta ferramenta. O ideal para uma sociedade democrática seria um mundo onde todos têm algo a dizer e são respeitadas as suas posições; um mundo onde as diferenças culturais são respeitadas de igual modo; um mundo que promove, por meio da tecnologia, uma convivência pacífica, onde nenhuma parte se sente invadida nem menosprezada.

Apesar dos aspectos negativos apontados, o fosso criado entre os ricos e pobres, os *conectados* e os *desconectados*, a dominação cultural do Norte em relação ao Sul, não podemos negar que a Internet é um fabuloso desenvolvimento e que ela carrega um enorme potencial. Não podemos culpar a internet pela má utilização que os países desenvolvidos fazem dela - uma arma para dominar culturalmente os países pobres. Seria o mesmo que dizer que os tratores são responsáveis pela revolução verde. Mas este é o momento de juntarmos esforços para tornar a internet um instrumento do povo para o povo, um instrumento de promoção da solidariedade entre os povos, um instrumento verdadeiramente democrático, e não deixá-lo continuar a servir de cavalo de batalha para a inculturação e humilhação dos países pobres. O grande desafio é tornar esta poderosa ferramenta num instrumento de desenvolvimento, em todas as suas vertentes, social, económica, política e cultural.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Mazula, Brazão. 2000. A Construção da Democracia em África: O Caso Moçambicano. Njira, Maputo, Moçambique
- Robinson, Scott. 1998. Telecentres in Mexico: Learning the Hard Way. Apresentado na Conferência sobre Parceria e Participação em Telecomunicação para o Desenvolvimento Rural. Universidade de Guelph, Ontario, Canada, 1998
- _____. 2002. African Internet Connectivity: Status Report/Overview of the Connectivity in Africa, 2002 (<http://www3.sn.apc.org/africa/>)

MÍDIA COMUNITÁRIA, LIBERDADE DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO

Cicilia M. Krohling Peruzzo*

Na metade da última década do século XX, para alguns colegas do universo acadêmico, não fazia mais sentido falar de comunicação popular e comunitária, diante do vigor demonstrado pelo processo de globalização. Enquanto isso, eis que ela se revela revigorada e em múltiplas feições.

As explicações para esse fenômeno se circunscrevem nos meandros dos complexos processos das relações sociais, em que interesses das pessoas e das instituições perpassam as dinâmicas do singular e do universal. Ou seja, às pessoas não interessam somente as questões de âmbito universal e nacional, mas também os acontecimentos, as organizações, e as relações sociais que lhe estão próximos. Interessam-lhes os assuntos que dizem respeito à vida do bairro, da vila, da cidade ou do município onde vivem.

A comunicação comunitária acaba por se revelar um fenômeno complexo, pois não tem a visibilidade amplificada como é a da grande mídia, além de poder ser compreendida de diferentes maneiras. Em suma, diferentes manifestações de comunicação que ocorrem em nível local são colocadas indiscriminadamente sob o rótulo de comunitárias, o que acaba por gerar distorções na compreensão do fenômeno. Alguns princípios são fundamentais para a consecução de uma comunicação comunitária. Não basta que ela seja de baixo alcance e que se destine a pequenas localidades para ser considerada como tal.

* Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo. Ex-presidente da INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (gestão 1999-2002). Vice-Presidente da LUSOCOM – Federação Lusófona de Ciências da Comunicação.

Comunidade pressupõe a existência de uma proximidade – que pode ser geográfica, mas que não se limita a ela – e de elos profundos entre os membros, como o sentimento de pertença, identidades e comunhão de interesses¹. Assim sendo, a *comunicação comunitária* diz respeito a um processo comunicativo que requer o envolvimento das pessoas de uma “comunidade”, não apenas como receptoras de mensagens, mas como protagonistas dos conteúdos e da gestão dos meios de comunicação. O que não quer dizer que outras formas não tão democráticas de fazer comunicação (por exemplo, aquelas centralizadas em pessoas ou em pequenas equipes; conteúdos produzidos fora por especialistas; espaços para conteúdos de caráter público na programação de meios comerciais) possam ser prontamente descartadas como não comunitárias. Há que se observar cada caso, cada experiência, pois tudo depende das condições locais, das identificações que se consegue realizar, do significado dos “serviços” prestados em cada lugar e assim por diante.

Da mesma forma que os processos de participação popular na comunicação só podem ser compreendidos nas particularidades de cada experiência (Peruzzo, 1998a), também as características da comunicação comunitária não podem ser tomadas como dogmas, nem como universais. A tendência é que as “comunidades” desenvolvam mais algumas dimensões do comunitário em detrimento de outras. Exemplo: uma rádio pode dar mais ênfase na participação nos conteúdos (espaço para voz da população local), do que cedendo espaço para produção de programas e abrindo canais de participação popular na gestão do veículo.

Neste texto estaremos tratando da questão da comunicação comunitária e de sua relação com o desenvolvimento social. O tema será desenvolvido em quatro tópicos, a saber: comunicação comunitária como construção coletiva, orgânica a um contexto histórico, com uma breve retomada do sentido desse tipo de comunicação no Brasil; democracia do poder de se expressar e de ser ouvido, abordando a participação na comunicação como direito coletivo e direito da pessoa; as relações entre cidadania, comunicação e desenvolvimento; novas configurações de participação cidadã nos diferentes tipos de mídia local.

COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA COMO CONSTRUÇÃO COLETIVA ORGÂNICA A UM CONTEXTO HISTÓRICO

No Brasil, a comunicação comunitária teve tempos áureos na década de 1980, para em seguida entrar em declínio no seu formato original, parece que acompanhando a dinâmica dos movimentos sociais populares.

Esse é um ponto importante. A comunicação comunitária no Brasil, nas duas últimas décadas do século XX, teve como característica a sua organicidade aos movimentos sociais populares. Não se tratava tão-somente da comunicação de “comunidades”, mas de todos aqueles processos comunicativos realizados no âmbito de movimentos e organizações populares que lutavam para a consecução dos direitos de participação cidadã e melhoria nas condições de existência dos excluídos. Este tipo de comunicação foi denominado popular, participativo, alternativo, dialógico etc. porque tratava-se de um processo comunicativo em que o povo – mais especificamente os segmentos organizados da população submetidos a condições de subalternidade – se torna protagonista da comunicação².

Nessa perspectiva, a comunicação popular, que hoje chamamos de comunitária, surge e se desenvolve articulada aos movimentos sociais como canal de expressão e meio de mobilização e conscientização das populações residentes em bairros periféricos e submetidas a carências de toda espécie; de escolas, postos de saúde, moradia digna, transporte, alimentação e outros bens de uso coletivo e pessoal, em razão dos baixos salários ou do desemprego.

Tudo isso acontece num contexto político marcado pelo descontentamento da sociedade em relação a toda uma situação de desigualdade social e de negação da participação política, geradas pela ditadura militar em mais de duas décadas. Em razão disso, nos anos 1980 vivia-se um período de transição em que a sociedade clamava por democracia e justiça social e a construía passo a passo, a partir de pequenas ações e da criação de movimentos populares e organizações coletivas nos bairros e nas comunidades ou por segmentos populacionais (crianças, mulheres), nos quatro cantos do Brasil.

Uma das características mais marcantes da comunicação comunitária na sua fase original foi a **participação** popular³. A participação se concretizava numa comunicação feita **dentro**⁴ dos movimentos e organizações e que representava a existência de uma **outra comunicação**, pois seus conteúdos provinham das bases excluídas da sociedade e se destinavam a essas mesmas bases, e ainda porque foram criados canais para veicular os interesses e as necessidades de expressão desses movimentos.

Do nosso ponto de vista, a participação é uma das dimensões essenciais da comunicação comunitária. Contudo, há que se levar em conta que existem vários níveis de participação⁵. No nível mais elementar, a consideramos apenas no ato da recepção. Ela ocorre quando a pessoa somente lê o jornal ou sintoniza o rádio e, eventualmente, até pede uma música. Em seguida, há outro tipo de participação, que se concretiza no nível das mensagens, quando a pessoa contribui com entrevistas, depoimentos, cartas etc. Porém, a participação pode ocorrer em níveis mais elevados, e nesse sentido se realiza na possibilidade que a pessoa tem de atuar como sujeito ativo, como protagonista da elaboração de mensagens, na produção de programas para o rádio e televisão, na confecção de boletins informativos e no planejamento e na gestão do canal de comunicação⁶.

Nos dois primeiros tipos de participação, a pessoa ao participar não tem nenhum domínio sobre o que vai ou não ao ar ou às páginas do jornal. Muitas vezes ela é usada apenas para ajudar a "enfeitar" a programação e torná-la mais variada, divertida e dinâmica. Quando o envolvimento se dá em nível mais elevado, o participante, além de contribuir formulando conteúdos, tem o poder de atuar no processo de decisões relativas aos conteúdos dos meios e à sua gestão.

Outra dimensão importante é a dos conteúdos. A comunicação comunitária por natureza se ocupa de conteúdos aderentes às realidades sociais concretas de cada comunidade ou lugar.

Historicamente houve uma alteração interessante no que diz respeito aos conteúdos da comunicação popular-comunitária

ria. Nos anos 1980 e no início da década de 1990, seus conteúdos incorporavam o sentido e as reivindicações colocados pelos movimentos sociais populares, típicos daquela época, ou seja, um conteúdo político “combativo”, marcadamente de denúncias (ao autoritarismo político, as condições de desigualdade etc.) e reivindicações (acesso aos bens de consumo coletivo, direito de participação política etc.). Nos últimos anos, esses conteúdos, apesar de continuar a focar as desigualdades e carências, se mostram mais plurais e amenos, sob os pontos de vista temático e político. Poderíamos dizer que, no âmbito da comunicação comunitária, hoje em dia se trata mais de temas locais e não somente de problemas, como era a tendência anterior. A ênfase recai em conteúdos informativos, educativos, culturais e à prestação de serviços. Por exemplo, é comum que rádios comunitárias procurem contribuir para combater a violência, para tirar crianças do caminho do tráfico de drogas, para motivar pelo exercício da cidadania etc. Costumam também abrir espaços para a música de artistas do lugar, dar avisos de utilidade pública, debater assuntos de interesse local etc. Enfim a comunicação comunitária é aquela que faz sentido dentro de realidades específicas e porque é produto de cada uma dessas realidades.

Ela surge das necessidades locais e serve aos interesses da “comunidade”, embora seja normal existir uma grande gama de distorções, como, por exemplo, a existência de meios de comunicação que se dizem comunitários, mas que de fato servem a outros interesses – políticos eleitorais, religiosos, financeiros e personalísticos. Tais desvios podem prejudicar a noção de comunitário diante das pessoas de uma localidade, mas refletem as contradições da sociedade em que vivemos. Há que se reconhecer as diferenças e respeitar a pluralidade. Há que se reconhecer também que, muitas vezes, determinados meios como os acima referidos, mesmo não sendo gestados coletivamente pelas comunidades, acabam impingindo a seus conteúdos dimensões comunitárias importantes. É a configuração de cada realidade específica que serve de parâmetro para a compreensão do significado comunitário de cada experiência de comunicação local.

Nas localidades convivem pessoas e instituições de interesses divergentes e de posturas contrastantes, que acabam se relevando também nos pequenos meios de comunicação. Apesar das distorções, o direito à liberdade de expressão deve ser preservado. A audiência de cada lugar saberá “separar o joio do trigo”, no que se refere tanto à sua disposição de contribuir ou não para aumentar os índices de audiência, quanto à seleção das mensagens no processo individual de recepção.

Não se pode, porém, abrir mão de que, para dizer-se comunitário, um meio de comunicação deve abrir-se ao controle e à gestão autônoma da própria comunidade. Há que se perceber as diferenças entre desempenhar um papel de cunho comunitário ou prestar serviços de interesse comunitário e ser efetivamente um meio comunitário de comunicação.

DEMOCRACIA DO PODER DE SE EXPRESSAR E DE SER OUVIDO

A comunicação comunitária, quando desenvolvida em base democrática, simboliza o acesso democrático e a partilha do poder de comunicar. É um processo em que todo receptor de mensagens dos meios de comunicação tem o potencial de se tornar sujeito da comunicação, um emissor.

O propósito básico é que comunicar seja um direito, não só de donos, profissionais especializados ou lideranças comunitárias dos meios de comunicação, mas de todo cidadão e de suas organizações representativas.

Como fazer disso? Como ter acesso às mídias? Como participar da TV Globo, do SBT⁷, dos jornais *A Tarde* ou *Folha de S. Paulo*? Só através da carta do leitor, das enquetes de rua, das “pegadinhas”, do telefone ou e-mail do Big Brother e de programas similares? Participar em sessão do tipo “tudo por dinheiro” ou nas reportagens policiais? Os mais letrados – e até mesmo os não-letrados, quando convém aos veículos – podem até ser convocados para dar entrevistas, às vezes tem seus textos publicados na imprensa.

Qual o poder de decisão que esse cidadão tem no processo de edição de suas participações? Nenhum. É

justamente aí que reside uma das diferenças da comunicação comunitária, especialmente quando é democrática, ou seja, realizada através de processos coletivos. Nessas condições o cidadão se torna o produtor e transmissor, além de gestor da comunicação. Portanto, nesse início de século, a questão de **liberdade de acesso** aos meios de comunicação não se refere apenas ao alcance dos meios a que o cidadão tem direito – o que quer dizer poder receber as mensagens transmitidas pela mídia –, mas também à sua participação ativa como sujeito em todas as fases do processo de comunicação.

Sob o ponto de vista do direito social, todo cidadão tem direito aos canais de expressão, portanto à isonomia comunicacional. O direito de isonomia – igualdade no poder de comunicar – conduz a um outro: o de isegoria – o direito do cidadão de se manifestar e de ser ouvido⁸. Como se fazer ouvir no mundo de hoje? Através dos meios de comunicação desenvolvidos pela sociedade, é claro. Se não for através deles, o alcance da voz se torna limitado a pequenas audiências ou a circuitos grupais e interpessoais.

São os meios comunitários que mais potencializam a participação direta do cidadão na esfera pública comunicacional no Brasil contemporâneo. Eles estão mais facilmente ao alcance do povo, se comparados com a grande mídia. “Moram” ao lado, poder-se-ia dizer. Possuem um endereço conhecido e podem demonstrar a viabilidade do acesso das pessoas através de suas práticas cotidianas, tanto nos conteúdos que são transmitidos como na gestão coletiva das pequenas organizações de comunicação.

Mas é preciso relativizar isso, pois nem todos os meios de comunicação comunitários são abertos à participação ampliada do cidadão, ou seja, à facilitação da participação nas decisões relativas a linha editorial, programação e gestão⁹. No entanto, a participação através dos microfones é bem comum. Nesse caso, ela chega a ser tão importante que contribui para caracterizar uma rádio como sendo comunitária. É o caso, por exemplo, da *Rádio Favela* de Belo Horizonte.

RELAÇÕES ENTRE CIDADANIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL

Toda discussão anterior se ancora nos princípios básicos de cidadania expressos nas noções de liberdade e igualdade. Cidadania diz respeito à participação ativa do cidadão na feitura da sociedade e no usufruto dos benefícios viabilizados pelo desenvolvimento histórico. Está fincada nos direitos civis, políticos, sociais e coletivos.

Cidadania é desenvolvimento social com igualdade. O mundo existe para todos. Assim como o ar é de todos, o deveriam ser as descobertas científicas e tecnológicas e as riquezas socialmente produzidas. No entanto, a maneira como se concebe o desenvolvimento e as estratégias adotadas para realizá-lo variam. Do mesmo modo, a comunicação para o desenvolvimento tem sido entendida de modo diferente ao longo da história.

Comumente desenvolvimento significa progresso, sendo este visto como um alto grau de crescimento econômico, social, político e tecnológico alcançado por uma sociedade ou conjunto de nações. O seu lado antagônico, representado pelas sociedades tidas como sub-desenvolvidas ou em vias de desenvolvimento, e como induzir estas ao desenvolvimento tem sido um desafio para os povos e governos.

A origem dos programas de assistência oficial para o desenvolvimento data da época da Segunda Guerra Mundial, quando se fundam o FMI - Fundo Monetário Internacional, o Banco Mundial e as Nações Unidas e suas agências especializadas (FLORES BEDREGAL, 2002, p.67).

De 1945 até os dias atuais as concepções de desenvolvimento¹⁰ vêm sendo revistas. Inicialmente (década de 1950) a idéia era estimular o desenvolvimento das nações pobres e com dificuldades de toda espécie através da modernização, ou seja, a difusão de capital e inovações tecnológicas, via industrialização, dos países ricos do ocidente aos países do Terceiro Mundo¹¹.

Diante do fracasso desse tipo de proposta de desenvolvimento e dos problemas por ele gerados nas nações pobres, no percurso de meio século, muitas críticas se inseriram do deba-

te. Com as mudanças inerentes ao processo, a tendência mais aceitável para os países empobrecidos, que está na ordem do dia, é a que pressupõe a participação ativa da população local, a sustentabilidade, o respeito a condições e valores autóctones e o retorno dos benefícios à população envolvida como sujeito no processo.

Nessas condições o desenvolvimento não é apenas uma questão econômica ou de aumento de renda, mas um desenvolvimento integral e sustentado em condições que lhe permitam ser duradouro e igualitário.

Diz Augusto de Franco(2002, p. 51) que, para “haver desenvolvimento, é necessário que haja alteração do capital humano¹² e do capital social¹³. (...) Combater a pobreza e a exclusão social não é transformar pessoas e comunidades em benefícios passivos e permanentes de programas assistenciais, mas significa, isto sim, fortalecer as capacidades de pessoas e comunidades de satisfazer necessidades, resolver problemas e melhorar sua qualidade de vida”.

Trata-se de um paradigma baseado no desenvolvimento sustentável¹⁴ e integral¹⁵; que pressupõe a participação ativa das pessoas, a co-responsabilidade do cidadão e de suas organizações, do mercado e do Estado.

O que mais nos interessa abordar é a questão da comunicação nesse contexto.

Perpassando todo o movimento histórico em torno do desenvolvimento, as propostas de uso dos meios de comunicação acompanharam a dinâmica de cada época e os interesses em jogo.

Os meios de comunicação massivos e interpessoais foram tomados como essenciais no processo de difusão de inovações com vista à modernização das sociedades tidas como atrasadas e à conseqüente mudança de hábitos e apreensão de novas idéias.

Durante as décadas de 1950 e 1960 os estudos de David Lerner (1958) e Wilbur Schramm (1964¹⁶) deram ingredientes suficientes para a concepção favorável ao uso dos meios de comunicação de massa a serviço da difusão de inovações e da modernização.

Schramm (1976, p.192-193) mostra como os meios de comunicação de massa, especialmente a televisão, junto com a comunicação interpessoal, podem ser eficazes na promoção do desenvolvimento¹⁷, uma vez alinhados às três grandes tarefas a serem realizadas num processo de transformações sociais, quais sejam: disseminar informações sobre o desenvolvimento nacional; proporcionar oportunidades de participação aos líderes e às pessoas comuns; e ensinar as técnicas necessárias (desde saber ler até o treinamento de professores, médicos, engenheiros).

Críticas a esse modelo de comunicação não tardaram a ocorrer. Primeiro, porque, por seu caráter funcionalista, colocava-se acriticamente a serviço de um modelo de desenvolvimento baseado na extensão de uma pseudo modernização, sem levar em conta as distorções que acabava gerando (destruição dos bens naturais, favorecimento dos países centrais em detrimento dos que, em tese, deveriam ser os maiores beneficiados pelo processo de modernização), nem as reais necessidades, valores e interesses das populações pobres. Segundo, como diz Teresa Flores Bedregal (2002, p. 33), porque "os meios massivos são considerados como agentes e multiplicadores mágicos dos benefícios do desenvolvimento e indicadores da modernização". Terceiro, pela importação e aplicação nos países pobres de modelos comunicacionais gerados nos países ricos, principalmente nos Estados Unidos, sem levantar em conta as condições locais e fazendo-se crer que o incremento da modernização levaria, no devido tempo, a uma distribuição justa da riqueza, o que se mostrou uma falácia (BELTRÁN, 1978, p.131).

Esses são alguns dos aspectos que marcaram o debate sobre comunicação para o desenvolvimento – também denominada comunicação para a mudança social – e contribuíram para que se forjassem concepções alternativas, cujo expoente mais importante na América Latina está representado na proposta de um desenvolvimento e uma comunicação participativos, orgânicos e comprometidos com os interesses das maiorias excluídas das populações¹⁸ dos países pobres.

A essência dessas manifestações se coaduna com as

propostas do Movimento dos Países Não-Alinhados – nos anos 1970 – que contestam as relações desiguais entre o Norte e o Sul. Nesse contexto, sob os auspícios da Unesco, chega a se propor uma Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação (Nomic), que, além de quebrar a desigualdade no fluxo da informação internacional (então dominada pelos países ricos), forjaria o desenvolvimento de Políticas Nacionais de Comunicação.

Essas políticas seriam baseadas nas comunicações autônomas e democráticas e envolveriam desde a comunicação alternativa e participativa até os meios massivos de abrangência nacional. A vinculação com a realidade de cada local e o entrelaçamento com os elementos da cultura e identidade nacional passam a ser considerados como elementos importantes nos processos de desenvolvimento¹⁹.

A proposta de desenvolvimento em questão é baseada na sustentabilidade, propõe a divisão eqüitativa dos benefícios dele advindos e a participação ativa dos cidadãos. Nas palavras de Teresa Flores Bedregal (2002, p.35), “ante as falácias do conceito de distribuição automática dos benefícios do desenvolvimento, (...) se propõe um modelo de crescimento com equidade, que pretende reduzir as desigualdades sociais e melhorar as condições dos mais pobres entre os pobres. Propõe-se a participação ativa das pessoas da base, o apoio a autodeterminação e o fortalecimento das comunidades locais para liberá-las da dependência externa e o uso de baixa tecnologia que lhe sejam condizentes. (...) As pessoas devem ser artífices de seu desenvolvimento e do eco-desenvolvimento, que trata de incorporar a variável ambiental no processo de crescimento econômico”.

A questão ambiental passa a ser parte integrante do desenvolvimento e de interesse crescente, bastando recordar a mobilização da ECO 92 - Conferência Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento e a formulação da Agenda 21.

Na última década do século XX e no início do século XXI agrega-se a luta pela universalização das condições para o acesso e uso das novas tecnologias de comunicação²⁰, porém sem deixar de lado as mobilizações pelas soluções das

carências básicas da maioria da população mundial. A prova dessa mobilização em torno de um outro desenvolvimento²¹ está na realização do Fórum Social Mundial, que em sua última versão (2003) reuniu cerca de 100 mil participantes, representando 156 países, em Porto Alegre (Brasil).

A noção de comunicação para um desenvolvimento sustentável e participativo é a única aceitável na atual conjuntura brasileira, embora sob outras denominações – tais como comunicação e mudança social, comunicação para a cidadania –, já que a expressão “comunicação para o desenvolvimento” há muito tempo caiu em desuso no País.

No âmago da questão, o que está colocado, falando de modo claro e sintético, é a premência do uso dos meios de comunicação em benefício da cidadania e que esta é construída pelos próprios cidadãos, na sua interação com as outras forças constitutivas da sociedade. O desenvolvimento só faz sentido se promover a igualdade no acesso à riqueza e o crescimento integral da pessoa e de todos, ou seja, se tiver como mola-mestra o ser humano.

Os modos de inserção dos meios de comunicação nos programas de desenvolvimento²² e no processo global de desenvolvimento são próprios de cada período histórico, dependendo sempre das decisões políticas dos governantes, das estratégias dos detentores da propriedade dos meios de comunicação e do grau de consciência e organização de cada sociedade.

NOVAS CONFIGURAÇÕES DO PARTICIPAR CIDADÃO NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO LOCAL

Havendo cidadania, haverá desenvolvimento social. Cidadania quer dizer participação, nos seus múltiplos sentidos e dimensões²³, incluindo a cidadania cultural, que perpassa o direito à liberdade de expressão.

A participação cidadã nos meios de comunicação vem aumentando a partir da metade da década de 1990 no Brasil. Ela não se restringe à mídia comunitária, apesar de encontrar ali um campo propício, tendo em vista a existência de jornais

comunitários, a criação de um número sempre crescente de rádios comunitárias e de canais comunitários na tevê a cabo. Também a grande mídia oferece espaços de participação, que têm se avolumado através da diversificação de programas, de conteúdos e/ou de veículos midiáticos dirigidos a diferentes localidades ou regiões do País. Ao fazer isso, acaba abrindo espaço para participação local nas grades de programação de rádio e televisão ou nas páginas dos jornais.

Cresceu a demanda pela participação social nos meios de comunicação locais e comunitários. O poder de comunicação pela mídia, até há pouco tempo extremamente centralizado e controlado pelos setores dominantes da sociedade, passa a ser democratizado, embora não represente ruptura na estrutura da grande mídia. A inclusão de novos atores e novas mídias representa uma mudança relevante. Alguns tipos de mídia local canalizam essa demanda ao se configurarem como espaço comunicacional dirigido por outros e novos atores (no sentido de serem diferentes dos da grande imprensa).

Referimo-nos às rádios comunitárias, aos canais de televisão universitários, legislativos, comunitários, educativos-culturais e ao Canal da Justiça; aos canais de televisão formativos, tipo TV Futura e TV Senac, e a alguns dos meios de comunicação em poder das igrejas; aos jornais comunitários; e aos sites comunitários da internet.

A menção a novos atores no cenário dos meios de comunicação, principalmente em nível local, procura chamar a atenção para o surgimento dos veículos de comunicação acima mencionados, dos quais destacaremos alguns, a título de exemplo.

Com os canais de televisão de uso gratuito ou de acesso público²⁴ na tevê a cabo, o espectro televisivo no País não se restringe mais às televisões privadas convencionais, tipo TV Globo, SBT, Record ou Bandeirantes, e às tevês educativas tradicionais (TV Cultura, TV Educativa do Rio de Janeiro etc.). Foi ampliado o leque da emissão, não somente em número de emissores, mas também na sua natureza, o que significa a oferta mais plural de conteúdos. Desde uma programação demo-

cratizadora do conhecimento gerado dentro das universidades, do debate sobre assuntos do âmbito comunitário e da cultura, até o acompanhamento, por parte da população, das atividades das Casas do Poder Legislativo e da Justiça Federal.

Os canais universitários, na tevê a cabo, estão organizados em várias cidades. Eles são constituídos em nível municipal e congregam as tevês universitárias sediadas num mesmo município. Na capital paulista, nove tevês de universidades²⁵ constituem o Canal Universitário da Cidade de São Paulo. No Rio de Janeiro, a Sociedade de Televisão da Universidade do Rio de Janeiro tem dezoito instituições de ensino superior associadas²⁶, entre universidades públicas, particulares, institutos e centros universitários. As tevês universitárias se aglutinam em torno da ABTU – Associação Brasileira de Televisão Universitária, que atualmente congrega dezenove unidades de diferentes cidades do Brasil.

Os canais legislativos se estruturam em nível nacional (TV Câmara e TV Senado), nos estados (como a TV Assembléia de São Paulo e TV Legislativa de Goiânia, por exemplo), subordinadas às assembleias legislativas de cada Estado da Federação, e nos municípios, ligadas às câmaras de vereadores (como TV Câmara de Bauru - SP, TV Legislativa de Uberlândia - MG etc.). Há cerca de uma dezena de tevês legislativas municipais já constituídas.

No âmbito da Justiça Federal, há a TV Justiça, que opera desde agosto de 2002. É administrada pelo Supremo Tribunal Federal. Mas, já existem trinta e dois canais retransmissores “onde ver a TV Justiça” – por DTH ou antena parabólica – nos estados, transmitidos por diferentes concessionários de tevê a cabo.

Os canais comunitários na tevê a cabo estão em processo constante de organização, perfazendo nos dias atuais um total de aproximadamente três dezenas. Os primeiros a serem constituídos foram: Canal Comunitário de Porto Alegre, TV Comunitária do Rio de Janeiro e Canal Comunitário de São Paulo. Logo depois surgiram em Belo Horizonte (MG), Brasília (DF), Campo Grande (MS), Uberlândia (MG), Ponta Grossa (PR), Mogi das Cruzes (SP), Guarujá (SP), Curitiba (PR), Soro-

caba (SP), Piracicaba (SP), Santos (SP), Bauru (SP), Guarulhos (SP), Campinas (SP), Assis (SP), Araçatuba (SP), Pelotas (RS), Sorocaba (SP), Niterói (RJ), Anápolis (GO), Sabará (MG) etc. Eles estão articulados numa entidade nacional, denominada ABCCOM - Associação Brasileira de Canais Comunitários, criada em julho de 2001.

No caso das rádios comunitárias, a sua performance tem sido tão grande que elas se caracterizam como um movimento e não apenas como experiências isoladas. Não há uma estimativa precisa do número de emissoras comunitárias no Brasil. Chega-se a falar em 20 mil, entre as legalizadas e aquelas que funcionam sem autorização.

Os dados oficiais (maio de 2003) do Ministério das Comunicações indicam a existência de 7.366 pedidos de autorização de rádios comunitárias cadastrados, ou seja processos em tramitação no ministério. Apesar da alta demanda, somente 1.713 têm autorização provisória para funcionamento e apenas 568 obtiveram autorização definitiva pelo Congresso Nacional²⁷.

São espaços de teledifusão sob a gestão de novos emissores, o que contribui para ampliar a democratização da comunicação, procurando interferir para a constituição de um desenvolvimento mais eqüitativo da sociedade. Como dissemos, isto significa o aumento e a diversificação de emissores e de conteúdos. Nesse bojo, vem a oferta de conteúdos sintonizados com as mais diferentes questões da vida cotidiana do povo brasileiro, dos temas tratados por suas instituições legislativas representativas, dos princípios e das decisões do âmbito do poder judiciário nacional, da difusão das descobertas científicas e tecnológicas, da partilha das iniciativas educativas e culturais e de geração de trabalho e renda desenvolvidas pela sociedade. No conjunto, representam um avanço na busca do desenvolvimento integral da pessoa humana.

Não substituem a grande mídia nem têm a pretensão de competir com ela, mesmo porque esta desempenha um papel ímpar e indiscutivelmente importante na livre circulação da informação. Mas contribuem na oferta mais plural de conteúdos e inovam nos processos de ocupação das grades

de programação e na gestão dos veículos, uma vez que são gestados a partir de e pelas organizações da sociedade civil, na maioria sem fins lucrativos e de interesse social.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A comunicação comunitária se revela como uma realização coletiva e a geração de conteúdos voltados para o desenvolvimento comunitário local. No entanto, seu desempenho não é algo uníssono nem imune a distorções e contradições dentro dela mesma.

Para complicar um pouco mais a situação, observa-se um entrelaçamento entre algumas das manifestações da mídia comunitária e da local, na atual conjuntura. Para além de um meio de comunicação comunitário, do qual se espera alto engajamento e comprometimento com os interesses das “comunidades”, alguns dos outros canais de comunicação que atuam no espaço local vêm assumindo uma postura – por uma estratégia mercadológica – de gerar conteúdos colados à realidade concreta e dizendo-se comprometidos em contribuir para o desenvolvimento local. Isto ajuda a dispersar as atenções e confundir as percepções sobre as experiências baseadas na participação popular e voltadas para a ampliação do exercício da cidadania, mas não tiram o seu valor e importância na construção da cidadania.

Mas a mídia comunitária não reina mais sozinha no universo de uma outra comunicação. Vários canais de televisão, como os universitários, das câmaras de vereadores, das assembleias legislativas, da Câmara Federal, do Senado, os educativo-culturais e da Justiça Federal, além das tevês segmentadas de caráter formativo explícito, ampliam o número de emissores e a oferta de conteúdos das mais variadas matizes. Seria a realização, um tanto desconectada e repleta de contradições, de um processo de mudança social participativo, amplo e centrado das necessidades das maiorias excluídas dos benefícios proporcionados pelo desenvolvimento?

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BELTRÁN, Luis Ramiro. Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en América Latina. *Órbita 22*. Caracas: dec.-julio 1978, p. 3-55.

BORDENAVE, Juan Díaz. *Communication and rural development*. Paris: Unesco, 1977.

FRANCO, Augusto de. *Pobreza & desenvolvimento local*. Brasília: Aed, 2002.

FLORES BEDEGRAL, Teresa. *Comunicación para el desarrollo sostenible*. La Paz: Plural/Lidema, 2002.

FREIRE, Paulo. *Extensão ou comunicação?* 3ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

LERNER, Daniel. *The passing of traditional society: modernizing the middle east*. New York: Free Press, 1958.

MERINO UTRERAS, Jorge. *Comunicación popular alternativa y participativa*. Quito: CIESPAL, 1988. Manuales didácticos.

PERUZZO, Cicilia M. K. Pistas para o estudo e a prática da comunicação comunitária participativa. In: PERUZZO, Cicilia M. K. (Org.) *Comunicação e culturas populares*. São Paulo: Intercom, 1995. p.143-162.

_____. *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania*. Petrópolis: Vozes, 1998a.

_____. Mídia comunitária. *Comunicação & Sociedade*. São Bernardo do Campo: PósCom-Umesp, n. 30, p. 141-156, 1998b.

_____. *Comunidade em tempo de redes*. EDICOM - Encuentro de Docentes y Investigadores de la Comunicación del Mercosur. Montevideo, Universidad Católica, 10 a 12 de mayo de 2001. CD-rom de ponencias ENDICOM 2001.

_____. Ética, liberdade de imprensa, democracia e cidadania. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. São Paulo: Intercom, n. 2, v. XXV, p. 71-88, 2002.

SERVAES, Jan. Introduction: participatory communication and research in developments settings. In: SERVAES, J., JACOBSON, T. L. & WHITE, Shirley A. *Participatory communication for social change*. London: Sage Publication, 1996. p.13-25.

SCHRAMM, Wilbur. *Comunicação de massa e desenvolvi-*

mento: o papel da informação nos países em crescimento. 2ª ed. Tradução de Muniz Sodré e Robert Lent. Rio de Janeiro: Bloch, 1976.

TUFTE, Thomas. Estudos de mídia na América Latina. *Comunicação & Sociedade*. São Bernardo do Campo: PósCom-Umesp, n. 25, p. 21-47, 1996.

TUFTE, Thomas. Entretenimento-educação e participação: avaliando a estratégia de comunicação de Soul City. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. v.XXIV, n.2 p.11-45. São Paulo: Intercom, 2001.

NOTAS

¹ Ver PERUZZO, C.M.K. Comunidades em tempo de redes (2001).

² Sobre todo o processo da comunicação popular no Brasil ver o livro *Comunicação nos movimentos populares*, da autora, publicado em primeira edição em 1998 (1998a).

³ Os níveis de participação da população foram diferentes de uma experiência de comunicação para outra. Existiram aquelas em que as pessoas da própria comunidade ou do movimento se encarregavam de todas as etapas de produção e divulgação das mensagens, mas também aquelas em que as lideranças acabavam por direcionar os processos. Porém, os canais de comunicação aí gerados sempre estiveram a serviço de uma causa coletiva e organicamente ligados aos interesses desses grupos e dessas "comunidades".

⁴ Claro que **de fora** também se produziu comunicação – vídeos, por exemplo – que ajudava a cumprir as finalidades dos movimentos sociais.

⁵ Ver PERUZZO (1998a).

⁶ Noção originalmente apresentada por Jorge Merino Utreras (1988) e trabalhada pela autora no livro *Comunicação nos movimentos populares* (1995;1998a).

⁷ Sistema Brasileiro de Televisão

⁸ Sobre as noções de isegoria e isonomia ver o texto da autora "Ética, liberdade de imprensa, democracia e cidadania" (Peruzzo, 2002a).

⁹ É comum a existência de rádios comunitárias bastante monopolizadas por lideranças locais.

¹⁰ Principais correntes: teoria da modernização, teoria da dependência e teoria do desenvolvimento participativo (TUFTE, 1996).

¹¹ Os países pobres dos diferentes continentes.

¹² Capital humano não diz respeito somente aos níveis de educação e saúde, mas tem como elemento principal “a capacidade das pessoas de fazer coisas novas, exercitando a sua imaginação criadora – o seu desejo, sonho e visão – e se mobilizando para desenvolver as atitudes e adquirir os conhecimentos necessários capazes de permitir a materialização do desejo, a realização do sonho e a viabilização da visão. Ora, isso tem nome: (...) chama-se ‘empreendedorismo’ ” (FRANCO, 2002, p. 62-63).

¹³ Capacidade de cooperar, formar redes, regular seus conflitos democraticamente e, enfim, constituir comunidade (FRANCO, 2002, p. 67).

¹⁴ Que parte das condições endógenas e do uso equilibrado e não depilador dos recursos naturais.

¹⁵ Que induz ao crescimento da pessoa em todas as suas dimensões e não apenas ao aumento de renda.

¹⁶ Ano de publicação do original pela Unesco da obra *Mass media and national development*, editada no Brasil em 1976.

¹⁷ Ele elenca, por exemplo, que os meios de comunicação de massa podem: “ser informantes”, “ampliar horizontes”, “orientar atenções”, “elevar aspirações”, “criar um clima para o desenvolvimento”, “ajudar só indiretamente nas mudanças das concepções arraigadas ou práticas estabelecidas”, “alimentar canais interpessoais”, “conferir um status especial”, “ampliar o diálogo político”, “Reforçar as normas nacionais”, “ajudar a formar gostos”, “afetar as concepções” etc. (1976, p. 195-221).

¹⁸ Entre os maiores precursores dessa proposta, na América Latina, estão Paulo Freire, Mário Kaplún, Luis Ramiro Beltrán e Juan Díaz Bordenave.

¹⁹ Jan SERVAES, no livro *Communication for development: one world, multiple cultures*, publicado em 1999, desenvolve esses aspectos, além de apresentar um modelo de comunicação participativa.

²⁰ Na sociedade contemporânea, a evolução das tecnologias de comunicação vem contribuindo para mudar os modos de vida, as culturas e as formas de intervenção social. Uma vez havendo decisão de pô-las a serviço da equalização do acesso às informações, tecnologias, oportunidades, culturas etc., desempenharão papel primordial no desenvolvimento social e da cidadania.

²¹ Lema do FSM: “Um outro mundo é possível”.

²² Ou de inserir questões de desenvolvimento nos meios de comunicação social... Veja texto de Thomas Tufte (2001) sobre a estratégia de entretenimento-educação (análise do Soul City na televisão) na África do Sul.

²³ Poder de interferir, decidir, modificar, criar, construir e usufruir, em condições de igualdade, dos direitos e deveres inerentes à cidadania.

²⁴ Acesso público, não no sentido de acesso aberto à população em geral, mas a instituições públicas e até privadas (como é o caso de algumas universidades), mas que desempenham funções de caráter público.

²⁵ TV Mackenzie, TV PUC, TV São Judas, TV Uniban, TV Unicsul, TV Unifesp, TV Unip, TV Unisa, TV USP. Fonte: www.cnu.org.br

²⁶ Centro Federal de Educação Tecnológica Celso S. da Fonseca, Centro Universitário da Cidade, Centro Universitário Moacir S. Bastos, Escola Superior de Guerra, Faculdades Integradas Helio Alonso, Fundação Cesgranrio, Fundação Osvaldo Cruz, Fundação Universidade do Rio de Janeiro, Instituto Militar de Engenharia, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Universidade Candido Mendes, Universidade Castelo Branco, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Universidade Estácio de Sá, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Universidade Gama Filho, Universidade Santa Úrsula, Universidade Veiga de Almeida. Fonte: www.utv.org.br/utv/.

²⁷ Fonte: <www.mc.gov.br>

EDUCOMUNICAÇÃO E CIDADANIA: A CONSTRUÇÃO DE UM CAMPO A PARTIR DA PRÁTICA SOCIAL

*Ismar de Oliveira Soares**

O conceito de comunicação está intimamente associado ao conceito de cidadania. Foi para garantir o acesso da burguesia às novidades do momento político e aos apelos do mercado que a imprensa ganhou espaço e legitimou-se socialmente, ao longo dos séculos XVII ao XIX. A comunicação social acabou por ser reconhecida como de utilidade pública porque existem comunidades de interesse e expectativas de direitos, levando os cidadãos a buscarem garantias de que seus interesses serão o proclamados como legítimos por alguma fonte universalmente aceita como guardiã da cidadania coletiva. Era preciso acreditar que a imprensa faria este papel.

E são justamente as comunidades de interesse as que, em determinados momentos da história, restringem o papel dos meios de informação, por julgá-los perniciosos aos projetos que os grupos hegemônicos defendem. Isso foi muito comum ao longo do século XX.

Por outro lado, os meios, especialmente, a imprensa, sempre estiveram próximos ao mundo da educação. Não que tomassem as escolas como alvo de suas campanhas de consumo, ou mesmo que abrissem suas portas para acolher e privilegiar os temas educativos, mas porque sempre exerceram o papel de orientadores de opinião. Daí o epíteto de escolas paralelas.

No que diz respeito à relação entre meios e sistema de ensino, é interessante tomar conhecimento do esforço feito, já no final dos anos 90, pelo Ministério da Educação no sentido de pressionarem os jornais a abrir editorias para tratar da questão da educação e dos problemas da juventude.

* Coordenador do NCE – Núcleo de Comunicação e Educação da ECA/USP.
Professor do Programa de Pós-Graduação da ECA/USP.

de. Foi o que ocorreu em novembro de 1999, com o Fórum Mídia e Educação, promovido pelo governo federal em colaboração com fundações e profissionais da comunicação e da educação. Pesquisa desenvolvida no período e apresentada no Fórum pela ANDI – Agência de Notícias pelos Direitos da Infância, dava conta que efetivamente havia aumentado, nos últimos dez anos, em todo o país, o espaço oferecido pelos meios de comunicação ao mundo da educação. Mais espaços, algumas editorias criadas, mas a mesma falta de originalidade no sentido de se considerar que nada acontece efetivamente fora das fontes oficiais.

Mas o que mais chamou a atenção dos observadores foi a rápida acolhida dada por parte dos participantes do Fórum a uma proposta do NCE – Núcleo de Comunicação e Educação da ECA/USP no sentido de reconhecer que a relação entre comunicação e cidadania vai além da questão da liberdade de expressão, passando pela universalização do direito à comunicação. A isso se denomina de educomunicação.

O CAMPO DA EDUCOMUNICAÇÃO

O documento final do Fórum Mídia e Educação traduz o reconhecimento de que a inter-relação entre a Comunicação Social e a Educação vem ganhando densidade própria e se afigurando, hoje, como um campo de intervenção social específico, oferecendo um espaço trabalho diferenciado que vem sendo ocupado pela figura emergente de um profissional a que se denomina de “educuidador”.

A conclusão consta do relatório final de pesquisa que o NCE realizou junto a um grupo de especialistas de 12 países da América Latina, de Portugal e Espanha, contando, para tanto, com a parceria de pesquisadores da UNIFACS, Bahia.

A pesquisa, realizada entre 1997 e 1999, tomou como base inicial, para a coleta de dados, um total de 178 produtores culturais, arte-educadores, tecnólogos, professores, pesquisadores e profissionais de comunicação e de educação do Brasil e de toda a América Latina. O que o projeto pretendeu foi identificar como se estabele-

cem, no mundo contemporâneo, os espaços transdisciplinares que aproximam, tanto de forma teórica quanto programática os tradicionais campos da Educação e da Comunicação.

A pesquisa partiu da evidência de que transformações profundas vêm ocorrendo no campo da constituição das ciências, em especial as humanas, levando a uma derrubada de fronteiras, de limites, de autonomias e de especificações. Ao seu final, a investigação concluiu que efetivamente um novo campo do saber mostra indícios de sua existência, e que já pensa a si mesmo, produzindo uma meta-linguagem, elemento essencial para sua identificação como objeto autônomo de conhecimento: o campo da inter-relação Comunicação/Educação.

AS HIPÓTESES FORAM CONFIRMADAS

Ao final da pesquisa, chegou-se à conclusão de que as principais hipóteses levantadas no início do trabalho haviam sido confirmadas, a saber:

A - Constatou-se que um novo campo de intervenção social havia se formado, conquistado autonomia, encontrando-se, no momento, em franco processo de consolidação: a educomunicação.

B - Confirmou-se, por outro lado, como possíveis materializações do campo, cinco áreas concretas de intervenção social, quais sejam:

1ª - *A área da educação para a comunicação*, constituída pelas reflexões em torno da relação entre os pólos vivos do processo de comunicação (de um lado, os emissores e, de outro, os receptores), assim como, no campo pedagógico, pelos programas de formação de receptores autônomos e críticos frente aos meios (o que muitos denominam como "leitura crítica da comunicação").

A pesquisa constatou que existem distintas vertentes na área da educação para a comunicação, o que compreende desde posturas defensivas, de cunho moralista (que buscam proteger especialmente as crianças dos efeitos nocivos dos meios massivos), até projetos que se caracterizam por imple-

mentar procedimentos voltados para a apropriação dos meios e das linguagens da comunicação por parte das crianças e jovens (na perspectiva construtivista segundo a qual é pela experimentação que se consegue obter a aprendizagem).

De todas as formas, o exercício da cidadania é a primeira motivação para a implementação de programas de educação para a comunicação.

2ª - *A área da mediação tecnológica na educação* compreendendo os procedimentos e as reflexões em torno da presença e dos múltiplos usos das tecnologias da informação na educação. A área da mediação tecnológica na educação vem ganhando grande exposição devido à rápida expansão dos sistemas de educação, tanto o presencial e quanto o a distância. Sabemos que os recursos tecnológicos clássicos, como o rádio e a televisão, tiveram dificuldade de ser absorvidos pelo campo da educação, especialmente por seu caráter lúdico e mercantil. Tal fato foi o principal responsável pela resistência dos educadores em dialogar com as tecnologias. O computador veio abalar essa dicotomia, pois possui em si mesmo os meios de produção de que o pequeno produtor cultural - o aluno e o professor - necessitam para seu trabalho diário. Devemos lembrar, por outro lado, que a Internet chegou ao Brasil pelas mãos de Hebert de Souza que instalou um servidor no IBASE, Rio de Janeiro, para servir o movimento popular, no início dos anos 90. Seguindo seu exemplo, uma das metas das que trabalham no campo das tecnológicas sob a perspectiva da educomunicação é a universalização do direito de acesso às tecnologias, objeto de trabalho voluntário em numerosas ONGs de país, e, agora, meta de ação de numerosas empresas e do próprio governo.

3ª - *A área da expressão comunicativa* através das artes designa todo o esforço de produção de cultural, como meio de auto-expressão de pessoas e grupos. É sabido que, no mundo dos grandes meios de informação, não há comunicação com sucesso sem o exercício da arte (dramaturgia, pintura, música, etc). Nota-se que a arte está em toda parte, garantindo a qualidade dos produtos e legitimando a veiculação de informações, a publicidade e a ficção. A escola, por

sua vez, reconhece, e, em muitos casos, valoriza, o espaço da arte-educação. Nesse sentido, a arte acaba por unir as ações comunicativas e as ações educativas, garantindo auto-estima e uma crescente visibilidade de pessoas, grupos e espaços culturais.

4ª - *A área da gestão comunicativa*, designando toda ação voltada para o planejamento, execução e avaliação de programas e projetos de intervenção social no espaço da inter-relação Comunicação/Cultura/Educação.

O conceito de gestão encontra-se presente no planejamento das relações entre as professores e alunos, numa sala de aula, aplicando-se também ao planejamento de ações voltadas à criação de ambientes favoráveis ao desenvolvimento do ensino, à implantação de projetos de educação frente aos meios de comunicação, à implementação do exercício artístico, ou mesmo, à disseminação das tecnologias num plano de ensino. Neste caso, a área da gestão desenvolve-se como um serviço às outras áreas do campo da Educomunicação.

A gestão da comunicação em espaços educativos não diz respeito apenas ao ambiente escolar. Está presente também em projetos de educação não formal, ou mesmo em espaços voltados especificamente para a produção da cultura midiática, como as emissoras de rádio e de televisão educativas, as editoras e centros produtores de material didático, as instituições que administram programas de educação a distância, ou centros culturais, entre outros. O que caracteriza a gestão, em todos estes ambientes, é a costura que alcança produzir, através da ação prática, entre as várias vertentes que aproximam a Comunicação e a Educação. Em outras palavras, a área da gestão da comunicação relaciona-se à criação de ecossistemas comunicativos.

5ª - *A área da reflexão epistemológica sobre a inter-relação Comunicação / Educação* corresponde ao conjunto dos estudos sobre a natureza do próprio fenômeno constituído pela inter-relação em apreço. Entende-se como pertencente a esta área tanto um projeto de pesquisa voltado para o entendimento e a legitimação do novo campo quanto todos os programas de investigação sobre cada uma das vertentes que

compõem a inter-relação em apreço. É, na verdade, a reflexão acadêmica, metodologicamente conduzida, que garantirá unidade às práticas da educomunicação, permitindo que evolua.

A confirmação da hipótese de que o campo da Educomunicação possa ser compreendido pela aproximação destas cinco áreas, a partir de um substrato comum que é a ação comunicativa em favor da cidadania, ou seja, a comunicação inter-pessoal, grupal, organizacional e massiva promovida com o objetivo de produzir e desenvolver ecossistemas comunicativos abertos e democráticos, representa, na verdade, o primeiro resultado da investigação.

O PERFIL DO EDUCOMUNICADOR

Segundo a pesquisa do NCE, o educador é o profissional que demonstra capacidade para elaborar diagnósticos e de coordenar projetos no campo da interrelação Educação/Comunicação.

Entre as atividades que desenvolve, destacam-se:

- a) a implementação de programas de "educação para a comunicação", favorecendo ações que permitam que grupos de pessoas se relacionem adequadamente com o sistema de meios de comunicação.
- b) o assessoramento a educadores no adequado uso dos recursos da comunicação, como instrumentos de expressão da cidadania.

MAS QUEM É ESTE ESPECIALISTA?

A pesquisa junto a especialistas de 12 países da Ibero-américa descobriu, inicialmente, que:

- 50% dos que se dedicam ao campo da inter-relação comunicação e educação atuam nas universidades, dedicando-se à pesquisa e à extensão;
- 47% atuam em escolas, dedicando-se a trabalhos voltados para um melhor conhecimento do sistema de comunicação, desenvolvendo, junto aos alunos, ou junto a outros segmentos da sociedade, trabalhos na linha da leitura crítica

da comunicação ou da educação para a comunicação, quer através de algum projeto específico quer através da prática curricular normal;

- 30% dos entrevistados declararam que coordenam projetos de uso das tecnológicas na educação, destacando-se entre estes usos, o emprego do jornal, do vídeo e do computador em sala de aula;

- 19% atuam em empresas e centros culturais, desenvolvendo atividades voltadas para o planejamento e implementação de projetos, sendo classificados como gestores da comunicação no espaço educativo;

- 7% do público pesquisado dedica-se a atividades voltadas para a área da comunicação cultural com ênfase na utilização das várias linguagens artísticas.

AGENTES CULTURAIS DE TRANSFORMAÇÃO

Todos os especialistas defendem o uso de comunicação como um meio eficaz para ampliar as ações voltadas para a cidadania, o que inclui a melhoria da qualidade de vida e a ampliação das formas de expressão de todos os membros de uma comunidade.

A pesquisa informa, também, que predominam os especialistas do sexo feminino, à razão de 59% de mulheres para 41% de homens. Apurou-se que esta tendência vincula-se de forma intensa às habilidades exigidas pelas funções operacionais atribuídas aos educadores. Deve-se levar em conta, também, a maior presença da mulher no mercado de trabalho na última década.

Quando os entrevistados foram perguntados sobre como definiriam o trabalho do Educador, a maioria o viu como um "professor" em sala de aula, quer desenvolvendo trabalhos de "análise crítica dos meios", quer desenvolvendo "projetos tecnológicos na educação". Isto é, um professor vinculado a uma das subáreas constitutivas do novo campo. Nesse sentido, há uma confluência entre o que pensam os entrevistados e o que afirma Géneviève Jacquinet, da Universidade Paris, para quem, *L'éducomunicateur n'est pas un enseignant spécialisé*

chargé du cours d'éducatons aux médias, c'est un enseignant du 21ème siècle, que intègre les différents médias dans ses pratiques pédagogiques.

No âmbito da atuação profissional, a grande maioria dos educadores latino-americanos entrevistados caracteriza-se, contudo, não como professores, mas como coordenadores e agentes culturais, facilitadores da ação de outras pessoas, preocupados em que estes possam elaborar os materiais a partir de suas necessidades e interesses, tornando-se eles próprios produtores do conhecimento. Denota-se uma preocupação com a democratização do acesso à informação, utilizando-se a atuação profissional como meio para a formação de valores solidários e democráticos, para a transformação do ambiente em que vivem.

Dentre os “valores educativos” que dão suporte às “articulações” exercidas pelo profissional do novo campo, destacam-se: a) a opção por se aprender a trabalhar em equipe, respeitando-se as diferenças; b) a valorização do erro como parte do processo de aprendizagem, c) a alimentação de projetos voltados para a transformação social. Um grande número de respostas ao questionário aponta, por fim, como expectativa de resultado, a formação para a cidadania e para ética profissional, objetivando a educação do “cidadão global”.

EDUCOMUNICAÇÃO COMO PRÁTICA CIDADÃ EM ESCOLAS PÚBLICAS DE BUENOS AIRES

Em 1988, a Secretaria de Educação da cidade de Buenos Aires criou o programa “Produção de Meios na Escola”, testando-o em 34 instituições públicas. Em 1998, o programa já fazia parte da grade curricular de 200 escolas, com a participação de cerca de 10 mil alunos e 400 professores, que produziram mais de 600 revistas, 80 vídeos e emitiram mais de 700 horas de rádio. Uma contextualização política e uma análise pedagógica deste projeto permite avaliar a dimensão do conceito de educcomunicação posteriormetne atribuído pelo NCE-ECA/USP a esta prática.

A ditadura argentina (1973-1983) não apenas desestimulou a educação comunitária, como destruiu as possibilidades de expressão individual nos ambientes de ensino, rompendo assim os “fios que formavam o tecido social”. Nesse período, a divulgação, entre os educadores e alunos, de slogans como “silêncio é saúde” davam a tônica da ideologia que imperava nas escolas argentinas nos anos 70 e 80.

Segundo García Canclini, tipos de educação como esta têm como resultado uma sociedade urbana “povoada de grupos neutros, indiferentes à cultura local, em que espetáculos e encontros públicos foram progressivamente substituídos pelo consumo de rádio, televisão e vídeo”.

Com a abertura política, iniciou-se, contudo, na Argentina, a construção de um novo projeto educacional, que detectou a necessidade de se criar espaços de exercício da liberdade. Mas como formar cidadãos livres, ativos, críticos e comprometidos com sua cultura e sua comunidade, capazes de se expressar e de agir como cidadãos e não apenas como meros consumidores das informações passadas na escola ou dos produtos veiculados pela mídia? A resposta a esta questão estava - no juízo dos organizadores do projeto - no fortalecimento da expressão oral e escrita dos alunos, fato que os levou a optar pela introdução do jornal, do rádio e do vídeo em sala de aula.

Programas de rádio e publicações escolares não eram, contudo, novidade no ambiente escolar argentino. A inovação não estaria, pois, no produto, mas no desenvolvimento de uma estratégia educativa que levasse em conta o processo de produção comunitária. Nesta linha, o projeto “Produção de Meios na Escola” pretendia superar o ambiente fechado e árido dos anos da ditadura e colaborar para o fortalecimento da democracia no país.

A ESTRATÉGIA

No cenário argentino, os meios de comunicação, por longos anos nas mãos dos militares, funcionavam como

fontes de informação de alto impacto e incluí-las no trabalho institucional poderia dinamizar o processo educativo. Era o que pensavam os promotores da iniciativa, entendendo que caberia às políticas públicas incentivar esse tipo de ação.

Foi nesse sentido que, sob a coordenação da Profa. Silvia Bacher, um grupo de docentes vinculado à Coordenação de Jornalismo, Comunicação e Educação da Secretaria de Educação da cidade de Buenos Aires planejou um programa de trabalho baseado em oficinas de comunicação (oficinas de leitura crítica da comunicação, de produção de jornal, de produção radiofônica e de produção de vídeo), destinadas a atingir um grande número de docentes e alunos das escolas públicas.

Os primeiros cursos do programa, desenvolvidos em 1988, foram destinados, inicialmente aos alunos do curso primário e coordenados por professores de diversas disciplinas. Dois anos depois mudou-se a estratégia, passando-se a capacitar diretamente grupos de docentes. Foi, assim, organizado, em 1990, o "Ciclo de Capacitação em Produção de Meios de Comunicação", destinado a docentes bibliotecários (cargo correspondente ao dos professores de sala de leitura, na Rede Municipal de São Paulo).

Com o crescimento da demanda pelos cursos, já no ano seguinte, o programa também foi oferecido a docentes das diversas disciplinas. A partir de 1992, baseado na experiência bem sucedida das professoras bibliotecárias, o programa instituiu a figura do "monitor", um docente que recebia a capacitação e que passava a liderar o trabalho de formação de outros professores em escolas vizinhas. A capacitação dos monitores era desenvolvida em dez encontros, concentrando-se quer na discussão sobre a importância do uso dos meios na educação quer em exercícios sobre o uso destes mesmos meios, de forma criativa e participativa.

Finalmente, para agilizar o trabalho de multiplicação dos monitores, adotou-se a "formação em pares": um professor capacitado deveria trabalhar em conjunto com outro, que estivesse iniciando no programa, criando uma rede entre as escolas participantes.

Objetivos DA CAPACITAÇÃO DOS PROFESSORES

Os objetivos da capacitação dos professores passaram a ser:

- criar espaços de reflexão sobre a comunicação na escola e gerar estratégias para melhorá-la;
- fortalecer o desempenho dos professores como produtores de projetos institucionais de comunicação;
- criar um marco teórico, metodológico e técnico para a produção de meios escolares como suporte para a construção de saberes significativos

No que se refere aos alunos, o projeto tomou como ponto de início das atividades o exercício da pesquisa jornalística na certeza de que tal metodologia de trabalho abriria espaços para a reflexão e para a sistematização dos conhecimentos. O que se esperava era, ao final, transformar cada aluno num "repórter-mirim".

Nesse sentido, o programa previa a realização de atividades conjuntas entre alunos e professores. Algumas destas atividades visavam favorecer um contato mais próximo com o sistema de meios, permitindo que as escolas públicas se mostrassem aos meios de informação, ou mesmo que os docentes e crianças vivessem experiências de conviver com os profissionais da mídia através do que denominavam como "ciclo de conferências de imprensa", destinado a propiciar encontros dos "jornalistas-mirins" com experientados jornalistas dos meios massivos. Algumas destas entrevistas chegaram a reunir 300 crianças entrevistando os mais importantes profissionais da imprensa argentina. Os resultados apareciam nos "jornais escolares", nos programas de rádio ou mesmo nos documentários exibidos periodicamente nos "ciclos de vídeos escolares".

CONTEÚDOS TRABALHADOS NAS OFICINAS DE MEIOS

O projeto partia do pressuposto de que os meios de comunicação de massa representam uma mediação entre a cultura social e a escolar. Nesse sentido, provia aos alunos ferramentas para tornarem-se sujeitos críticos trabalhando

simultaneamente inúmeros conteúdos. Recomendava que nas “oficinas de meios” fossem trabalhados três tipos conteúdos:

Conteúdos relacionados à produção midiática: análise das mensagens vinculadas, assim como dos recursos utilizados, tais como: a palavra, a música e as concepções e teorias da comunicação presentes no produto analisado (objetividade / subjetividade, recortes da realidade, relação função/realidade).

Conteúdos relacionados à língua e áreas sociais: Para o projeto, o aluno precisa ler várias formas de textos, compreender suas estruturas e ser capaz de produzi-las. Para isso, todo conteúdo curricular da área de linguagem é revisto a partir da análise dos meios. Sobre as áreas sociais além dos conteúdos que podem ser pesquisados nos periódicos, durante as oficinas, o projeto aconselhava também os procedimentos de busca de informação e entrevistas típicos do trabalho de um cientista social.

Conteúdos relativos a temas transversais: Estes conteúdos referem-se a problemas que fazem parte da realidade atual (desemprego, subdesenvolvimento, violência, etc.). Perante estes problemas o projeto previa uma tomada de posição pessoal e coletiva. Para tanto, previa uma formação integral do aluno com valores como a solidariedade, a cooperação e a tolerância. Para que se conseguisse esta formação, o projeto orientava os monitores a desenvolver trabalhos que propiciassem a participação e a tomada de decisões consensuais (o que supõe um processo de reflexão, diálogo, definição, acordo e compromisso). O projeto entendia que o trabalho com o grupo dá a oportunidade de construir respostas legitimadas pela experiência das crianças.

PLANEJAMENTO DE PROJETOS PRÓPRIOS NAS ESCOLAS

Ao longo de seus dez anos de vida, o Programa “Produção de Meios na Escola” teve diferentes maneiras de transitar pelas escolas, por mudanças do próprio projeto, por reformas nas unidades de ensino ou, mesmo, por mudanças na gestão

política da Secretaria de Educação. A questão sempre presente era a de como articular os propósitos do projeto aos objetivos e necessidades de cada escola, levando em conta que cada uma tem “sua” própria história e “suas” próprias práticas.

O desafio, neste caso, era o de favorecer que cada escola elaborasse seu próprio projeto, de caráter institucional, sobre sua relação com o fenômeno da comunicação. O fato exigia, inicialmente, uma mudança de conhecimentos, crenças e práticas dos diretores e professores sobre a natureza de uma intervenção educativa que nem sempre coincidia com as práticas tradicionais das escolas. Era o caso, por exemplo, da relação entre escola e meios de comunicação.

Historicamente, as relações entre escolas e comunicação foram sempre marcadas pela confrontação entre a “débil” escola e os “todo-poderosos” meios. Diante desta dificuldade, o Projeto “Produção de Meios na Escola” procurou interpretar a urgência da escola em estabelecer uma relação mais próxima com um de seus maiores “competidores”, tentando extrair da convivência com os meios motivos e subsídios para melhorar a aprendizagem dos alunos. Para tanto, o projeto ofereceu diferentes itinerários de um trabalho colaborativo com os meios de informação.

Uma das estratégias consistiu em convidar equipes de técnicos e de profissionais de jornalismo para ir às escolas e trabalhar diretamente com os alunos. O fato levou os professores a sentir a necessidade de se capacitarem e se assessorarem para facilitar o contato entre os comunicadores e seus estudantes. Com isso, muitos docentes passaram a tomar iniciativas no sentido de desenvolver novos projetos, com propostas próprias, mais abrangentes, iniciando um trabalho de caráter institucional, fato que favoreceu uma certa descentralização e autonomia do projeto inicialmente coordenado por especialistas da Secretaria da Educação.

O projeto institucional permitiu, em muitos casos, uma construção conjunta, com cada professor ou estudante abandonando seu isolamento e, com o olhar coletivo e reflexivo da instituição, assumir uma compreensão institucional da re-

lação entre escola e meios de informação. A construção dos projetos institucionais representou um bom aprendizado para saber tomar decisões e saber reagir ante outras propostas que continuamente virão de outras instituições.

RESULTADOS

Tendo iniciado, em 1988, com 34 escolas públicas, o projeto chegou a atingir, em 1998, um total de 200 escolas. Em 1994, o programa passou a ser reconhecido internacionalmente, ganhando apoio financeiro de organizações como a Unesco, a Unicef e a Embaixada da França. A ajuda possibilitou que o projeto conseguisse atingir, nos meados dos anos 90, um grupo de cerca de 10 mil alunos, contabilizando, ao final, a produção de mais de 600 revistas/jornais escolares, um total superior a 700 horas de rádio ao que se somou a produção de 80 vídeos.

O ponto fraco do programa foi, no início, o modo impositivo com que as escolas da rede foram inseridas no projeto, sem consulta prévia a seus diretores ou professores. No entanto, apesar desta prática, herdeira da tradição militar, as avaliações internas apontavam para o êxito do projeto, devido expressamente ao interesse dos alunos e á qualidade das produções. No caso, o resultado dependia mais da natureza mesma do fenômeno comunicacional, que associava numa mesma tarefa professores e crianças, do que das condições administrativo-pedagógicas da introdução do projeto.

Na opinião de Graciela Messina, consultora da Unesco e avaliadora do trabalho, o projeto conseguiu a integração dos meios de comunicação social na escola como vias não convencionais de acesso ao saber; reforçou a função simbólica de pertencimento à instituição, tanto por parte dos alunos quanto dos professores, garantindo, ao mesmo tempo, o início de uma reflexão sistemática sobre a presença dos meios de comunicação social na sociedade Argentina. Ficou garantindo, finalmente, o desenvolvimento de uma efetiva articulação da instituição escolar com a comunidade.

Com a extinção da ajuda internacional e a crise político-

econômica em que o país se envolveu, o projeto de Buenos Aires sofreu abalos profundos. A lição de solidariedade que passou a emergir das experiências de produção cultural colaborativa e compartilhada gerou, contudo, um profundo processo de mudanças nas escolas que participaram do projeto. Os adolescentes adquiriram um profundo senso crítico frente ao sistema de meios e, hoje, muitos ajudam seus colegas mais novos a repetir as experiências que com tanta intensidade um dia viveram.

Pelo que foi relatado, o programa "Produção de Meios na Escola", poderia ser reconhecido como uma experiência de educomunicação, pois guarda muitas semelhanças com o projeto Educom.rádio, em desenvolvimento, hoje, junto à Prefeitura de São Paulo.

UMA PRÁTICA EDUCOMUNICATIVA CIDADÃ: O EDUCOM.RÁDIO

A relação comunicação/cidadania passa, como vimos no exemplo do projeto de Buenos Aires, pela capacidade da sociedade em dominar os recursos da informação, conhecendo suas tramas, suas linguagens e seu poder de sedução. Baseado nessa filosofia, o NCE desenvolve, hoje, junto um projeto denominado Educom.Rádio.

Criado em parceria com a Secretaria Municipal de Educação, o projeto Educom.rádio está implantando uma prática educomunicativa centrada na linguagem radiofônica em todas as 455 escolas do ensino fundamental do Município, a partir de um processo formativo que inclui 100 horas de workshops, palestras e oficinas de produção.

O projeto teve início em agosto de 2001, e tem como objetivo capacitar, até dezembro de 2004, 12 mil professores, alunos e membros das comunidades escolares, permitindo com que o sistema educativo saiba aproveitar os recursos da comunicação para tornar o aprendizado mais divertido, criando ecossistemas comunicativos mais abertos e criativos.

Uma das estratégias do projeto é colaborar para que

professores e alunos revejam os planejamentos educativos das escolas públicas a partir da ótica da comunicação, desenvolvendo atividades de produção radiofônica que facilitem o crescimento da auto-estima de todos os envolvidos no processo da educação. Para tanto, o conceito que com se trata na elaboração das produções radiofônicas é o da gestão participativa, tendo o professor, o aluno ou o membro da comunidade incluído no processo o mesmo direito de intervir na escolha dos conteúdos e dos formatos. Quando há conflito, tudo é resolvido através da votação.

Com relação aos alunos, a idéia inicial era atingir adolescentes em torno de 13 anos. Hoje existe, contudo, a participação de crianças, a partir de oito anos, e de adolescentes de até 18 anos. O Educom.rádio vem ganhando notoriedade pelo fato de trabalhar não apenas com pequenos grupos de crianças ou adolescentes, mas, simultaneamente com toda uma rede, desenvolvendo atividades junto a um número muito grande de unidades escolares.

Para tanto, a rede de ensino fundamental formada por 455 escolas foi distribuída em sete grupos de escolas, compreendendo um volume crescente de instituições envolvidas a cada semestre (30 no primeiro semestre, entre agosto e dezembro de 2001; 40 no segundo; 55 no terceiro, até chegar a 110, no último semestre do programa, entre agosto e dezembro de 2004).

Para dar atendimento ao público envolvido, o NCE conta com uma equipe de 175 especialistas, entre profissionais de rádio, professores e alunos da ECA/USP e de outras universidades da região metropolitana, que aos sábados se deslocam a todas as periferias da cidade, para reunir-se com os grupos de formandos.

Alguns resultados já vêm sendo constatados: além do aumento da auto-estima dos envolvidos com o projeto, a violência nas escolas onde o projeto foi implementado vem se reduzindo de modo visível, de acordo com os depoimentos dos diretores das escolas e do Projeto Vida, o órgão da Secretaria de Educação responsável pelo acompanhamento do projeto. A população começa a identificar tais

resultados. Recente votação do orçamento participativo apontou que nas periferias de São Paulo o Educom.rádio se constituía no projeto mais adequado para receber o apoio da Prefeitura em sua política de investimento.

CONCLUSÃO

Se, como dissemos no início deste artigo, comunicação e cidadania sempre andaram muito próximas, os projetos examinados apontam para o fato de que, pela educomunicação acabaram por integrar-se. Os exemplos dados podem, contudo, levar a um equívoco, qual seja o de se imaginar que educomunicação é “coisa” de educadores. Na verdade, não o é, uma vez que a escola foi a última a adotá-la como método. Antes, assim o fizera a sociedade civil através das organizações sociais e das ONGS. Posteriormente os próprios meios de comunicação dela se aproximaram. A escola, aliás, continua resistindo à possibilidade de sua implementação, especialmente as Faculdades de Comunicação e as de Educação, movidas, estas, por um paradigma iluminista de educação reforçado pelo modelo funcionalista de comunicação, que lhes atribuem funções muito estreitas, ainda que confortáveis, especialmente para os construtores e avaliadores de currículos. A sorte, contudo, é que história não depende destes burocratas. Aliás, pelas conclusões do Fórum Mídia e Educação, vai esquecê-los mais rapidamente do que se imagina.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CANCLINI, Nestor Garcia. *Consumidores e Cidadãos, conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro, Editora da UERJ, 1995.

CITELLI, Adilson Odair. *Aprender e ensinar com textos não-escolares*. São Paulo, Cortez, 1998;

CITELLI, Adilson Odair. *Outras linguagens na escola*. São Paulo, Cortez, 2000.

FEILITZEN, Cecília & CARLSSON, Ulla (orgs). *A Criança e a Mídia. Imagem, Educação, Participação*, São Paulo, Cortez

Editora, UNESCO, 2002.

FREIRE, Paulo. *Ação cultural para a liberdade*. Coleção O Mundo Hoje, nº 10. 9ª edição. São Paulo, Editora Paz e Terra, 2001.

FREIRE, Paulo. *Extensão ou comunicação?*. São Paulo, Paz e Terra, 1992.

MARTÍN BARBERO, Jesús, "Retos culturales de la educación a la comunicación", in *Comunicación, Educación y Cultura. Relaciones, Aproximaciones y Nuevos Retos*. Bogotá, Cátedra UNESCO de Comunicación Social. Facultad de Comunicación y Lenguaje, Pontificia Universidad Javeriana, 1999.

PERUZZO, Cicília Krohling. "Comunicação Comunitária e Educação para a Cidadania", in *Fronteiras, - Estudos Midiáticos*, São Leopoldo, UNISINOS, Vol. III, No. 1, setembro de 2001, p. 111-128.

PENTEADO, Heloisa Dupas. *Comunicação Escolar, uma metodologia de ensino*, São Paulo, Editora Salesiana, 2002.

Revista Comunicação & Educação, São Paulo, ECA/USP e Editora Salesiana.

Secretaria de Educación. Gobierno de Buenos Aires/ UNESCO. *Producción de Medios en la Escuela, Reflexiones desde la Práctica*, Buens Aires, 1998.

SOARES, Ismar de Oliveira, "Gestión de la comunicación en el espacio educativo (o los desafíos de la era de la información por el sistema educativo)", in GUTIERREZ, Alfonso, *Formación del Profesorado en la Sociedad de la Información*, Editora de la Universidad de Valladolid, España, 1998 p. 33-44.

SOARES, Ismar de Oliveira, "Comunicação/Educação: A emergência de um novo campo e o perfil de seus profissionais" in *Revista CONTATO: revista brasileira de comunicação, arte e educação*. Ano 1, n. 2 (An / mar 1999). Brasília: Senado Federal, Gabinete do Senador Artur da Távola, 1999, p. 19-74.

SOARES, Ismar de Oliveira. "Metodologias da educação para a comunicação e gestão comunicativa no Brasil e na América Latina", in BACCEGA, Maria Aparecida, *Gestão*

de *Processos Comunicacionais*, São Paulo, Atlas, 2002. p. 113-132.

SOARES, Ismar de Oliveira. "A comunicação no espaço educativo: possibilidades e limites de um novo campo profissional". In *Formação e profissionalização do educador – Anais do VIII Encontro Nacional de Didática e Prática do Ensino*. Florianópolis, UFSC, 1996.

SOARES, Ismar de Oliveira. *Sociedade da Informação ou da Comunicação?* São Paulo, Editora Cidade Nova, 1996.

O QUE É A INTERCOM

A INTERCOM - SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO, foi fundada em 12 de dezembro de 1977. É uma sociedade civil, sem fins lucrativos, destinada a congregar pesquisadores e profissionais da comunicação numa perspectiva interdisciplinar. Seus mais de 600 sócios estão espalhados por todas as regiões do país e no exterior. Sua sede está instalada em São Paulo, na Escola de Comunicações e Artes - Universidade de São Paulo, na Cidade Universitária. É dirigida por uma diretoria executiva, com mandato de três anos, eleita pelos sócios. Entidade representativa da área da comunicação do país, a INTERCOM está entre as mais bem estruturadas na América Latina.

Os objetivos da INTERCOM são:

- Contribuir para a reflexão pluralista sobre os problemas emergentes da comunicação;
- Contribuir para a formação de modelos de análise da Comunicação consentâneos com a sociedade e a cultura brasileiras;
- Contribuir para o aperfeiçoamento e a revitalização intelectual dos sócios, mediante o intercâmbio de experiências entre os pesquisadores da área da Comunicação;
- Contribuir para a superação da dependência política, cultural e tecnológica do sistema nacional de Comunicação;
- Contribuir para o aperfeiçoamento das instituições democráticas, provendo e difundindo a liberdade de expressão e pensamento, assim como o livre exercício da Comunicação;
- Contribuir para o aperfeiçoamento da sociedade brasileira, estimulando e facilitando seu acesso à

Ciência, à Tecnologia e à Cultura;

- Contribuir para a promoção da cultura nacional e regional, estimulando a preservação dos bens e valores culturais do País;
- Contribuir para o desenvolvimento da produção científica, artística, cultural, informativa e educativa do País;
- Manter intercâmbio com organismos congêneres, em nível regional, nacional e mundial.

DIRETORIA DA INTERCOM (1999 – 2002)

PRESIDENTE DE HONRA

Prof. Dr. José Marques de Melo

DIRETORIA

Presidente

Cicília Maria Krohling Peruzzo

Vice- Presidente

Paulo Rogério Tarsitano

Diretor Administrativo

José Luiz Proença

Diretora Científica

Maria Immacolata Vassallo de Lopes

Diretor Cultural

Robson Bastos da Silva

Diretora de Documentação

Sueli Mara Soares Pereira Ferreira

Diretor Editorial

José Benedito Pinho

Diretor Financeiro

Fernando Ferreira de Almeida

Diretora de Projetos

Christa Berger

Diretor de Relações Internacionais

Sebastião Carlos de Moraes Squirra

CONSELHO FISCAL

Carmen Lúcia Ribeiro Pereira

Eduardo Meditsch

Gioandro Marcus Ferreira

Maria Luíza Nóbrega de Morais

Valdir A. Boffetti

CONSELHO CURADOR

José Marques de Melo (Presidente)
Anamaria Fadul
Adolpho Carlos Françoso Queiroz
Margarida Maria Krohling Kunsch

CONSELHO CONSULTIVO

Vera Giangrande (In Memoriam)
Joseph Straubhaar (USA)
Tomas Tufte (Dinamarca)
Carmen Gómez Mont (México)
Mário Cesar Carvalho (Brasil)
Valmir de Albuquerque Barbosa (Brasil)
Maria Salett Tauk Santos (Brasil)
Norval Baitello (Brasil)
Jacques Wainberg (Brasil)
Eron Brum (Brasil)

DIRETORIA E CONSELHOS DA INTERCOM (2002 – 2005)

PRESIDENTE DE HONRA

José Marques de Melo,
UNESCO/Universidade Metodista de São Paulo

DIRETORIA

Sonia Virginia Moreira

Presidente

Ada de Freitas Maneti Dencker

Vice-Presidente

Fernando Ferreira de Almeida

Diretor Financeiro

Liana Gottlieb

Diretora Administrativa

Aníbal Francisco Alves Bragança

Diretor Científico

Paulo Rogério Tarsitano

Diretor Cultural

Joelle Rachel Rouchou

Diretor Editorial

Sueli Mara Soares P.Ferreira

Diretora de Documentação

Celso Luiz Falaschi

Diretor de Projetos

Maria Immacolata Vassallo de Lopes

Diretora de Rel. Internacionais

CONSELHO FISCAL

Doris F agundes Haussen

Edgard Rebouças

José Salvador Faro

Márcio Oliveira Guerra

Sérgio Augusto Soares Mattos

Narciso Freire Lobo

CONSELHO CURADOR

Anamaria Fadul

Presidente

Francisco Gaudêncio Torquato do Rego

Vice-Presidente

Margarida M.Krohling Kunsch

Secretária

Adolpho Carlos França Queiroz

Conselheiro

Cicília M.Krohling Peruzzo

Conselheira

José Marques de Melo

Conselheiro

Manuel Carlos da Conceição Chaparro

Conselheiro

CONSELHO CONSULTIVO

Josenildo Luiz Guerra - **Nordeste**

Nelia Del Bianco - **Centro-Oeste**

Ronaldo George Helal - **Sudeste**

Ione Bentz - **Sul**

Joseph Straubhaar - **Estados Unidos**

Dov Shinar - **Israel**

Raúl Fuentes Navarro - **México**

Demócrito Dummar - **Presidente de O Povo**

Armando Strozemberg

Ágata Messina - **Secretária Municipal de Comunicação Social
da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro**

TÍTULOS DA "COLEÇÃO INTERCOM DE COMUNICAÇÃO"

- Nº 1 - *Comunicação e Educação: caminhos cruzados*. Organizada por Margarida Maria Krohling Kunsch, 1986. 540p.
- Nº 2 - *Comunicação, democracia e cultura*. Organizada por Margarida Maria Krohling Kunsch e Francisco Assis M. Fernandes, 1989. 140p.
- Nº 3 - *Comunicação rural: discurso e prática*. Organizada por Margarida Maria Krohling Kunsch e Geraldo Magela Braga, 1992. 174p.
- Nº 4 - *A Universidade fora de si: a Intercom e a organização dos estudos de comunicação no Brasil*. J. S. Faro, 1992. 120p.
- Nº 5 - *Indústrias culturais e os desafios da integração latino-americana*. Organizada por Margarida Maria Krohling Kunsch, 1993. 164p.
- Nº 6 - *Transformações da comunicação: ética e técnicas*. Organizada por Cicília Maria Krohling Peruzzo e Margarida Maria Krohling Kunsch, 1995. 162p.
- Nº 7 - *Fontes para o estudo da comunicação*. Organizada por José Marques de Melo, 1995. 256p.
- Nº 8 - *Comunicação e meio ambiente*. Organizada por Ada de Freitas M. Dencker e Margarida Maria Krohling Kunsch, 1996. 216p.
- Nº 9 - *Comunicação e mudanças sociais*. Organizada por Adolpho Queiroz e Fernando Almeida, 1999. 144p.
- Nº 10 - *Políticas regionais de comunicação: o desafio do Mercosul*. Organizada por Maria Immacolata Vassallo de Lopes e José Marques de Melo, 1998. 358p.
- Nº 11 - *Globalização e regionalização das comunicações*. Organizada por César Ricardo Siqueira Bolaño,

1999. 186p.

Nº 12 - *Vinte anos de Ciências da Comunicação no Brasil: avaliação e perspectivas*. Organizada por Maria Immacolata Vassallo de Lopes, 1999. 296p.

Nº 13 - *Comunicação e Multiculturalismo*. Organizada por Círcia Maria Krohling Peruzzo e José Benedito Pinho. 2001, 410 p.

Nº 14 - *Sociedade da Informação e Novas Mídias: participação ou exclusão?*. Organizada por Círcia Maria Krohling Peruzzo e Juçara Brittes, 2002. 139 p.

Nº 15 - *A Mídia Impressa, o Livro e as Novas Tecnologias*. Organizada por Círcia Maria Krohling Peruzzo e Fernando Ferreira de Almeida. 2002. 178 p.

Nº 16 - *Retrato do Ensino em Comunicação no Brasil*. Organizada por Círcia Maria Krohling Peruzzo e Robson Bastos. 2003.

Nº 17 - *Comunicação para a Cidadania*. Organizada por Círcia Maria Krohling Peruzzo e Fernando Ferreira de Almeida. 2003

Este livro foi publicado no formato de 150 x 210 mm, nos tipos Univers 45 light, 45 light italic, 55 roman, 65 bold e 65 bold italic, nos corpos 11, 12, 13, 14 e 30, editoração eletrônica no Adobe InDesign 2.02 e impresso em off-set em papel Alta Alvura de 90 gr².

Esta coletânea reúne os textos das palestras proferidas no XXV Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, evento componente do XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, de 1 a 5 de setembro de 2002, ano do jubileu de prata da entidade, dedicado à discussão específica do tema "Comunicação para a cidadania".

Organizado em duas partes, este livro procura dar conta das questões cruciais relacionadas ao desempenho da grande mídia na sociedade contemporânea, especificamente no que diz respeito às formas de controle da informação, às suas contradições e à sua responsabilidade social diante de suas interfaces com o interesse público e o desenvolvimento da cidadania.

