



O papel da televisão na construção da cidadania: uma revisão bibliográfica¹

Kamila Bossato FERNANDES²
Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

RESUMO

A televisão é o principal meio de comunicação consumido no Brasil, com uma programação heterogênea que chega aos mais diversos públicos. Esse largo alcance justifica sua importância aos estudos comunicacionais, que devem superar os estigmas relacionados ao meio para se debruçarem, cada vez mais, no conteúdo produzido, para assim compreender as potencialidades desse veículo, os efeitos gerados na sociedade e as maneiras de transformá-lo. Este trabalho propõe uma revisão bibliográfica sobre textos que tratem do papel da televisão na construção e/ou mediação de valores sociais, em especial a cidadania, pressuposto para a conquista de direitos individuais.

PALAVRAS-CHAVE: televisão; cidadania; mediação social; recepção; comunicação.

INTRODUÇÃO

Não há dúvidas de que a televisão é o principal meio de lazer do brasileiro. Ela está presente em 96,9% das residências, o que representa no mínimo 59 milhões de equipamentos espalhados de norte a sul do país, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), com dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) relativos a 2011³. Número bem superior ao de residências atendidas por serviços básicos, como água tratada – em média, 84,6% das casas brasileiras são atendidas pela rede básica de água, ou 51,8 milhões de moradias –, e esgoto, com cobertura de apenas 62,6% das residências no País – 38,2 milhões de casas.

O aparelho de TV está presente até mesmo em residências que não são equipadas com bens tidos como essenciais para uma boa qualidade de vida, como geladeira (encontrada em 95,8% das moradias), rádio (83,4%) e lava-roupa (51%). O fácil acesso aos televisores também não reflete o acesso à educação. Ainda de acordo

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 12 a 14 de junho de 2013.

² Professora de telejornalismo do Instituto de Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará (UFC). E-mail: kamila.fernandes@gmail.com

³ Dados disponíveis no site www.ibge.gov.br.



com o IBGE, dos 149 milhões de brasileiros com 15 anos ou mais, 8,5% são analfabetos (12,7 milhões de pessoas). Na Região Nordeste, o índice de pessoas adultas que não sabem ler nem escrever chega a quase o dobro da média nacional, 16,9%. Mas todos veem televisão.

De acordo com o Painel Nacional de Televisão (PNT) de 2010, do Ibope Mídia – Media Workstation, cada brasileiro passa em média 5 horas e 19 minutos diante da TV por dia. Entre as mulheres, esse período chega a 5 horas e 37 minutos, e entre os mais pobres, chega ao ápice: em média, brasileiros das classes D e E passam 5 horas e 50 minutos em frente à televisão⁴.

Todos esses indicadores por si só já justificam o necessário interesse dos estudos comunicacionais para analisar o que tem sido consumido pelo brasileiro por meio da televisão e os efeitos que essa programação gera na sociedade. Contudo, na prática, essa preocupação ainda tem ficado aquém da grandiosidade do tema. Especialmente diante do papel comunicador do meio, desprezado por muitos estudos. Comunicar no sentido amplo e ideal de informar e formar o telespectador/receptor, possibilitando uma melhor compreensão do mundo ao redor e instigando a busca por uma autonomia que amplifique suas potencialidades como cidadão. Seja pelos produtos noticiosos, seja pelo entretenimento.

Mas será possível que a TV possa contribuir de alguma forma para a construção ou mesmo a consolidação da cidadania? Grandes sucessos de audiência na atualidade como os *reality shows* Big Brother Brasil, da TV Globo, e Mulheres Ricas, da TV Bandeirantes, entre tantos outros exemplos, nos levam a acreditar que não, que essa não é uma afirmação possível diante da completa falta de parâmetros morais e éticos que permeiam o conteúdo e o formato desses produtos. Porém, a TV não se restringe a esse tipo de programação.

Não enxergar isso, aliás, é o maior entrave para que mais pesquisadores se interessem pelo tema. Desde seu nascimento, na década de 1950, a TV passou a ser vista ora como um meio manipulador e massificador, que inviabiliza, por sua natureza, qualquer produção de qualidade; ora como o grande meio comunicador da humanidade, cujo formato resume em si mesmo todos os seus méritos, independentemente do que é produzido. Como afirma Machado (2000):

⁴ Dados divulgados em <http://noticias.r7.com/blogs/daniel-castro/cai-o-consumo-de-tv-aberta-entre-as-criancas-e-os-pobres/2011/02/07/>



(...) os adornianos atacam a televisão pelas mesmas razões que os McLuhianos a defendem: por sua estrutura tecnológica e mercadológica ou por seu modelo abstrato genérico, coincidindo ambos na defesa do postulado básico de que televisão não é lugar para produtos “sérios”, que mereçam ser considerados em sua singularidade. (...) é preciso (também) pensar a televisão como o conjunto de trabalhos audiovisuais (variados, desiguais, contraditórios) que a constituem, assim como cinema é o conjunto de todos os filmes produzidos e literatura o conjunto de todas as obras literárias ou oralizadas, mas, sobretudo, daquelas obras que a discussão pública qualificada destacou para fora da massa amorfa da trivialidade. (p. 19)

Assim, para Machado, é fundamental que a produção televisiva seja analisada pela academia para que se compreenda o que de fato é essa televisão. Generalizações são absolutamente insuficientes para abarcar a complexidade de vozes e linguagens que formam esse meio, ainda mais quando se leva em conta todo o contexto de produção e as circunstâncias socioeconômicas que envolvem o produto e a sociedade como um todo.

Fundamental também situar o conceito de cidadania na contemporaneidade. Segundo o Dicionário Aurélio, trata-se de uma qualidade do cidadão, o qual, por sua vez, refere-se ao que “gozava o direito de cidade” na Antiguidade, o “cidadão romano”; e também é “membro de um Estado, considerado do ponto de vista de seus deveres para com a pátria e de seus direitos políticos”. Para o pesquisador mexicano Néstor García Canclini, contudo, a definição vai além.

(...) ser cidadão não tem a ver apenas com os direitos reconhecidos pelos aparelhos estatais para os que nasceram em um território, mas também com as práticas sociais e culturais que dão sentido de pertencimento, e fazem com que se sintam diferentes os que possuem uma mesma língua, formas semelhantes de organização e de satisfação das necessidades. (CANCLINI, 1999, p.46)

O que significa que a cidadania é construída não só a partir de uma concepção oficial, pela vontade do Estado, mas sim das práticas e mediações cotidianas, que também criam diferenciações, distinções (nas palavras de Bourdieu). Para ser cidadão, o indivíduo não depende só de uma legislação que lhe garanta direitos civis e políticos, ele precisa se reconhecer como cidadão e ser reconhecido como tal. E essa identidade é



construída a partir de diferentes esferas sociais: a família, o trabalho, a escola. E também por meio dos *media*.

A partir dessa concepção de cidadania e dos estudos comunicacionais já produzidos com a perspectiva de expor o papel mediador dos *media* na construção de valores sociais, este trabalho tem como objetivo propor um recorte sobre essa bibliografia, mesmo esta não sendo extensa, para enfatizar o que já foi desenvolvido sobre o tema, especialmente sobre o papel da programação televisiva na constituição da cidadania e suas potencialidades.

1. Um olhar alternativo sobre a televisão

Um dos expoentes da pesquisa dos meios de comunicação como mediação na América Latina, sob um olhar culturalista, Barbero destaca a necessidade de se ampliar as análises para além dos aparatos tecnológicos e sua presença impositiva.

A pesquisa sobre as novas tecnologias de comunicação tem um capítulo central no estudo de seus efeitos sobre a cultura. No entanto, o conceito de efeito, as relações entre tecnologia e cultura nos trazem de volta à velha concepção: toda a atividade de um lado e mera passividade de outro. Com o agravante de continuar supondo uma identidade da cultura que estaria na base de qualquer identidade cultural. As tecnologias seriam o plural e a cultura o idêntico. Na América Latina pelo menos, os processos demonstram o contrário: é da tecnologia em sua logo-tecnicia, que provém um dos mais poderosos e profundos impulsos para a homogeneização da vida, e é a partir da diferença, da pluralidade cultural, que tal processo está sendo desmascarado, ao ser trazido à luz dos descompassos que constituem a vida cultural da América Latina. (...) Assim, pensar as tecnologias a partir da diferença cultural não tem nada a ver com qualquer tipo de nostalgia ou inquietação diante da complexidade tecnológica ou da abstração da mediação de massa, nem com a segurança voluntarista sobre o triunfo final do bem. As tecnologias não são meras ferramentas transparentes; elas não se deixam usar de qualquer modo: são em última análise a materialização da racionalização de uma certa cultura e de um “modelo global de organização do poder”. (BARBERO, 2003, p. 267/268)

Ao perceber a cultura como propulsora dos usos e dos efeitos dos *media*, o autor não anula o papel tecno-ideológico dos mesmos, ainda mais levando-se em conta o poderio econômico que os envolvem – como mostra Lima (2001), grande parte dos veículos de comunicação no Brasil pertence a conglomerados financeiros, com fortes



interesses políticos e econômicos, o que determina um certo olhar sobre determinados temas, restringindo-os e impossibilitando a plena liberdade de comunicação⁵.

Contudo, esse poderio não representa, aos olhos de Barbero, pleno domínio e controle do consumo pelos *media*. Segundo o autor, as apropriações passam por processos que vão além do produto midiático, passando pelas demais mediações sociais que, no cotidiano, constroem e reformulam valores que se difundem e funcionam como propulsores de sentido, numa luta diária e permanente. E isso se dá, na América Latina, a partir da apropriação do modelo midiático hegemônico, formulado pelos detentores de poder, mas ressignificado a partir das experiências locais.

É possível, contudo, uma reconfiguração, senão como estratégia, pelo menos como tática, no sentido que a palavra tem para Certeau: o modo de luta daquele que não pode se retirar para “seu” lugar e assim se vê obrigado a lutar no terreno do adversário. A saída, então, é tomar o original importado como energia, potencial a ser desenvolvido a partir dos requisitos da própria cultura. Sem esquecer que às vezes a única forma de assumir ativamente o que nos é imposto será a anticonfiguração, a configuração paródica que inscreve o objeto de tal imposição num jogo que o nega como valor em si. (BARBERO, 2003, p. 269)

Barbero percebe essa tática de resistência, incorporada pelo público latino-americano diante das produções eurocêntricas, não como algo deliberado e bem formulado, uma estratégia consciente de ressemantizar um objeto estranho que é imposto. Trata-se de uma complexa rede de ações e valores cotidianos que incorporam aquela produção midiática e a reformulam a partir dos afazeres mais comuns, espontaneamente e sem questionamentos elaborados. Muito como uma forma de preencher o vazio deixado pela falta de políticas públicas que criassem espaços de lazer, de discussões políticas, de reflexividade coletiva. A partir de um produto concebido para ser consumido coletivamente, como numa massa, comunidades fazem apropriações singulares, muito em função das experiências vividas localmente. “O estudo dos meios nos obriga, então, a deslocarmos o espaço de interesse dos meios para o lugar onde é produzido o seu sentido: para os movimentos sociais e de um modo especial para aqueles que partem do bairro”, afirma o autor (BARBERO, 2003, P. 281). Para ele, em

⁵ Chomsky e Herman, no livro *A Manipulação do Público – Política e poder econômico no uso da mídia*, demonstram que há uma tendência mundial na formação de grandes conglomerados de mídia, o que, para eles, influencia diretamente no tipo de informação que é consumido pela população nos cinco continentes.



última instância, a família é a unidade básica de audiência, já que é em casa, ao lado dos familiares, que a maioria das pessoas se reconhece.

Diante dessa apropriação diferenciada da televisão, Barbero constata que os próprios produtores passaram a se interessar para compreender as dinâmicas de recepção e buscam diferentes maneiras de adequar a linguagem e os produtos para atender essa demanda.

Rompendo as ultrapassadas considerações moralistas – a televisão corruptora das tradições familiares – e com uma filosofia que atribui à televisão uma função puramente reflexa, começa a se estabelecer uma concepção que vê na família um dos espaços fundamentais de leitura e codificação da televisão. Contudo, a mediação que a cotidianidade familiar cumpre na configuração da televisão não se limita ao que pode ser examinado do âmbito da recepção, pois inscreve suas marcas no próprio discurso televisivo. Da família como espaço das relações estreitas e da proximidade, a televisão assume e forja os dispositivos fundamentais: a simulação do contato e a retórica do direto. (2003, p. 305)

Por simulação do contato, o autor define como as estratégias de naturalização do discurso televisivo, especialmente dos telejornais, dos concursos musicais e dos programas educativos, antes extramente formais. Com isso, o apresentador assume uma postura de animador, como um interlocutor que interpela diretamente a família de modo coloquial, agradável. Já a retórica do direto é o dispositivo que organiza o espaço da televisão sobre o eixo da proximidade e da magia de ver, nas palavras de Barbero, a partir do qual busca-se criar uma certa identificação do que é mostrado com a realidade mais próxima. Como diz o autor, “nada de rostos misteriosos ou encantadores demais: os rostos da televisão serão próximos, amigáveis, nem fascinantes nem vulgares” (2003, p. 306).

Um discurso que produz seus efeitos a partir da mesma forma com que organiza as imagens: do jeito que permitir maior transparência, ou seja, em termos de simplicidade, clareza e economia narrativa. A marca da hegemonia trabalha aí, nessa forma, na construção de uma interpelação que fala às pessoas a partir dos dispositivos que dão forma a uma cotidianidade familiar, que não é apenas subproduto da pobreza e das artimanhas da ideologia, mas também espaço de algumas formas de relação primordial e de algumas vivências que não são menos fundamentais só por serem ambíguas. (2003, p. 307)

Essa naturalização do discurso televisivo dá verossimilhança ao que é mostrado, agregando legitimidade e credibilidade. Como explica Verón (2003), a verdade do fato,



enquanto enunciado partilhado socialmente, precisa predominar para que se atribua o tom de verdade ao discurso midiático.

A relação do olhar é a condição estruturante comum a todos os gêneros propriamente televisivos; então, ela não está necessariamente associada a uma operação de veracidade, referente ao conteúdo do que se fala e/ou se mostra. Usando o velho modelo de Jakobson, podemos dizer que o elemento básico do eixo O-O é a “verdade” da função fática (e, progressivamente, da função expressiva), e afeta a credibilidade do enunciado, a função referencial, principalmente no caso do telejornal. (p. 18)

Para Orozco Gomez (2005), essa capacidade de a TV parecer verdadeira é explicada pelo caráter estritamente denotativo do discurso televisivo, potencializado pela complementação entre imagem e fala. Ainda assim, as apropriações podem ser as mais diversas, segundo o autor, dependendo das outras mediações vividas cotidianamente e pela capacidade interpretativa do sujeito que está diante da tela. Um caminho complexo que, por mais que os institutos de pesquisa e marketing insistam em determinar fórmulas de sucesso para determinados produtos, faz com que a recepção seja quase sempre uma surpresa.

Mentalmente, os telespectadores frente à televisão se veem partícipes de uma sequência interativa que implica diversos graus de envolvimento e processamento do conteúdo televisivo. Essa sequência começa com a atenção, passa pela compreensão, seleção, valoração do que foi percebido, seu armazenamento e integração com informações anteriores, e finalmente se realiza uma apropriação e produção de sentido. (OROZCO GOMEZ, 2005, p. 31)

Apreensão que também é determinada a partir do que o sujeito considera relevante para a sua própria vida, do ponto de vista sociocultural e econômico. Ou seja, o que é de interesse do indivíduo e de sua comunidade é apreendido e passa a agregar seu repertório de conceitos, valores e gostos, seja por quais motivos forem; o que não for interessante, é quase sempre descartado. Assim, como imaginar que a televisão possa contribuir para consolidar a cidadania em ambientes completamente despolitizados e despojados de quaisquer críticas sociais?



2. Cidadania limitada ao ver?

A ideia de que a TV pode contribuir para a ampliação dos limites da cidadania é difundida ao máximo pelas próprias emissoras, a partir de uma programação com vasta quantidade de serviços ao telespectador – desde a informação sobre o trânsito de sua cidade, até um tira-dúvidas sobre a declaração do Imposto de Renda ou todos os detalhes sobre a escolha do novo Papa. Os ambientes dos cenários televisivos simulam os de uma casa ideal, com sofás confortáveis, mesas de vidro e uma cozinha bem equipada, onde a apresentadora encosta na pia e conversa com o telespectador, ao experimentar mais uma de suas receitas, declamando discursos morais em que incita quais as melhores práticas para se alcançar a felicidade. Para, em seguida, um médico, em tom jornalístico, dar dicas de como chegar ao melhor diagnóstico sobre as mais variadas doenças.

A partir da concepção da simulação do contato e da retórica do direto, a TV busca estreitar laços com os telespectadores, de olho numa concorrência cada vez mais acirrada com outros meios de comunicação, tanto os de consumo livre como os pagos. O telespectador quer ser bem atendido, quer se identificar com o que está sendo produzido, quer que aquilo seja útil, é o que acreditam as emissoras. Ainda que lhe falem outros bens e serviços vitais a uma boa qualidade de vida – no caso dos latino-americanos -, como bem descrevem Barbero e Rey no importante *Os Exercícios do Ver* (2004), livro no qual analisam o papel da televisão como mediador social em localidades com grandes discrepâncias socioeconômicas, a exemplo do que vivemos no Brasil. Como afirmam os autores:

Contraditória modernidade a da televisão em países nos quais a desproporção do espaço social que a mídia ocupa – ao menos, em termos da importância que adquire o que nela aparece – é, contudo, proporcional à ausência de espaços políticos de expressão e negociação dos conflitos e a não-representação, no discurso da cultura oficial, da complexidade e diversidade dos mundos de vida e dos modos de sentir das pessoas. São a debilidade de nossas sociedades civis, os extensos lodaçais políticos e uma profunda esquizofrenia cultural nas elites as causas que alimentam cotidianamente a desmedida capacidade de representação adquirida pela televisão. Trata-se de uma capacidade de interpelação que não pode ser confundida com os ratings de audiência. Não porque a quantidade de tempo dedicado à televisão não conte, mas porque o peso político e cultural da televisão não é mensurável no contato direto e imediato, podendo ser avaliado somente em termos de mediação social lograda por imagens. E essa capacidade de mediação provém menos do



desenvolvimento tecnológico da mídia, ou da modernização dos seus formatos, que do que dela esperam as pessoas e do que pedem a ela. Isso significa que é impossível saber o que a televisão faz com as pessoas, se desconhecermos as demandas sociais e culturais que as pessoas fazem à televisão. Demandas que põem em jogo o contínuo desfazer-se e refazer-se das identidades coletivas e os modos como elas se alimentam de, e se projetam sobre, as representações da vida social oferecidas pela televisão. (BARBERO & REY, 2004, p. 39)

Assim, é compreensível que em locais com inúmeras demandas sociais não atendidas pelo poder público, a televisão passe a ocupar o papel de receptáculo dessas demandas e até de supridora de algumas necessidades, atraindo a confiança e a fidelidade da audiência. Contudo, para chegar a uma prática que leve à ampliação de valores cidadãos, o que inclui maior participação de cada indivíduo nas decisões coletivas e uma postura mais questionadora diante de atitudes potencialmente autoritárias, é preciso mais. Necessidade que se impõe com ainda maior intensidade quando o assunto é política, por mais que os veículos de comunicação façam de tudo para demonstrar o quanto contribuem para a ampliação dos debates públicos e para a transparência do poder. Como afirmam Barbero e Rey:

(...) a televisão se constituiu em ator decisivo das mudanças políticas, em protagonista das novas maneiras de fazer política, ao mesmo tempo que é nela que o permanente simulacro das sondagens suplanta a participação cidadã e onde o espetáculo trapaceia até dissolver o debate político. Porém, espaço de poder estratégico, em todo caso: pela democratização desta “esfera pública eletrônica”, que é a televisão, passa em boa medida a democratização dos costumes e da cultura política. (...) Na América Latina, é nas imagens da televisão que a representação da modernidade se faz cotidianamente acessível às grandes majorias. (2004, p. 41)

3. Cidadania e política

Inimaginável pensar, nos dias de hoje, em uma campanha eleitoral, seja em que esfera for – federal, estadual ou municipal – ,sem a presença dos *media*, em especial da televisão. Os meios se tornaram tão importantes para o ato político que mesmo instituições públicas oficiais, como a Câmara dos Deputados, o Senado Federal e o Supremo Tribunal de Justiça, buscaram construir uma estrutura midiática própria, para dar vazão aos tradicionais discursos e atos políticos sem necessariamente dependerem dos processos de seleção e difusão de notícias das emissoras comerciais. O que não reduziu o interesse dos *media* de mostrar o que considera serem os principais temas em



debate ou as decisões de maior impacto para a população, no Legislativo, no Executivo ou no Judiciário.

E a partir do que se considera de interesse público – o que passou a ser definido, em grande parte, pelos índices de audiência e pela repercussão do tema em questão em diferentes meios de comunicação, especialmente na internet, onde a interação fica mais evidenciada –, as emissoras de TV armam diferentes estratégias para explorar o assunto: entrevistas com especialistas, debates com os envolvidos frente a frente, reportagens investigativas que buscam desvendar o que está sendo ocultado, enquetes para saber a opinião da população. As formas são múltiplas e ganham dimensões diferenciadas a partir do grau de interesse do público. Em situações eleitorais, os fatos criados pelos *media* envolvendo candidatos podem determinar os rumos da campanha, o que inclui a divulgação de pesquisas de intenção de voto, debates com os postulantes, confrontos com jornalistas para expor valores e propostas. A televisão se configura no principal palanque eleitoral da contemporaneidade, mas também no maior juiz, onde a exposição do político pode lhe trazer glórias, mas também expor a face mais oculta que não desejaria mostrar. Tudo isso na tela, na casa do consumidor/eleitor.

Diante da tela, porém, o indivíduo se apropria de diferentes maneiras do conteúdo publicizado. Assim, torna-se fundamental não deixar de lado o papel dos receptores, com suas possibilidades de apropriação e ressignificação da produção midiática, o que varia de acordo com inúmeras circunstâncias vividas pelos indivíduos. Entre elas a educação, que pode ser potencializada a partir de um olhar especial para os *media*, como argumenta Orozco Gomez.

As audiências vão se construindo de diferentes maneiras, ainda que a predominante seja a maneira almejada pelos mesmos media: audiências passivas, acríicas, simplesmente espectadoras. Ademais, nem sempre se é audiência da mesma maneira. A interação que as audiências estabelecem com os meios de fato varia não só de meio para meio, se não de acordo com os diferentes gêneros programáticos, e também com relação a diferentes práticas e hábitos socioculturais. As audiências vão se constituindo no que são, fundamentalmente, por meio de seus processos de recepção-interação com os diversos meios e como resultado das mediações que aí intervêm. Reconhecer a “feitura” variável das audiências, além de ser um duplo desafio à investigação e à sua educação par os meios, dá sentido e relevância ao trabalho pedagógico que busca transformar seus processos de recepção⁶.

⁶ Tradução livre. Texto original: Las audiencias se van haciendo de distintas maneras, aunque quizá la predominante sea la manera auspiciada por los mismos medios: audiencias pasivas, acríicas, simplemente espectadoras. Además, no siempre se es audiencia de la misma manera. La interacción que



Com uma concepção semelhante à de Orozco Gomez, em seu estudo sobre a recepção da cobertura política do Jornal Nacional, Porto enfatiza a necessidade de se considerar a capacidade interpretativa do indivíduo que consome a informação, determinada, entre outras coisas, por suas experiências cotidianas e por seu nível educacional, ao mesmo tempo em que se evidencia os enquadramentos propostos pelo noticiário sobre determinado fato. Equação que culmina no resultado final da recepção.

Para avançar na busca de uma solução para o dilema democrático, modelos sobre competência cidadã devem ir além da esfera da informação, incorporando questões referentes à habilidade das pessoas de interpretar a realidade e construir significados. As teorias sobre a racionalidade com baixos níveis de informação têm razão ao argumentar que cidadãos comuns são capazes de tomar decisões coerentes e razoáveis. Todavia, esses modelos falharam ao enfatizar a esfera da informação e ignorar, ou colocar em segundo plano, os processos sociais por meio dos quais marcos interpretativos são constituídos. Cidadãos com baixos níveis de informação podem tomar decisões coerentes, mas apenas quando o debate público está relativamente aberto a um amplo leque de interpretações sobre a realidade política. Mesmo quando existe informação abundante sobre um determinado tema ou evento político, as estruturas políticas e comunicacionais podem limitar o debate público ao restringir o número de enquadramentos que podem ser utilizados na formação de preferências pelos cidadãos. Neste caso, a deliberação política é limitada de forma perigosa. Por outro lado, se existe uma pluralidade de enquadramentos interpretativos na esfera pública, e particularmente na mídia, mesmo cidadãos com baixos níveis de informação podem ter acesso a atalhos que permitem a eles desenvolver opiniões coerentes sobre assuntos públicos. (PORTO, 2007, p. 40-41)

A partir da ideia de que a forma como as mensagens televisivas são interpretadas e incorporadas pelo indivíduo passa tanto pela formação e capacidade cognitiva do sujeito, fruto de suas mediações sociais, como pelos diferentes enquadramentos apresentados pelos produtores das notícias, Porto propõe o modelo de *cidadão interpretante*, como forma de responder ao “dilema democrático”. Para o autor, “o modelo cidadão interpretante pode ser entendido em termos de direitos culturais básicos que promovem um nível maior de igualdade política entre os cidadãos” (2007, p. 47),

las audiencias entablan con los medios de hecho varía no sólo de medio a medio, sino de acuerdo a los distintos géneros programáticos, y también con relación a diferentes prácticas y hábitos socioculturales. Las audiencias se van constituyendo en lo que son, fundamentalmente a través de sus procesos de recepción interacción con los diversos medios y como resultado de las mediaciones que ahí intervienen. Reconocer la variada y variable «hechura» de las audiencias, además de ser un doble desafío a su investigación y a su educación frente a los medios, da sentido y relevancia al trabajo pedagógico que busca transformar sus procesos de recepción.



entre eles o direito ao conhecimento. O que significa não só acesso às informações cotidianas, aos fatos, mas também a marcos interpretativos, espécies de atalhos, que permitam que cada um possa dar sentido aos fatos políticos, não apenas considerando-os isoladamente. “Em si mesmo, um fato não possui um significado claro. É a imposição de um marco interpretativo que permite a construção de significados”, diz Porto ao citar Tuchman (p. 47). Ao concluir seu estudo, Porto afirma:

O estudo empírico sobre o papel político da televisão apresentado na segunda parte do livro confirmou as principais hipóteses do modelo das controvérsias interpretativas. Portanto, quando segmentos de conteúdo da mídia apresentam um único enquadramento interpretativo sobre um tema ou evento político, um número maior de pessoas faz sentido da situação em termos da interpretação dominante que é promovida por este enquadramento. O estudo também demonstrou que as pessoas recordam poucas informações que são apresentadas pela televisão, mas têm um desempenho bem melhor na identificação das principais interpretações ou do número de pontos de vista que são apresentados por este meio de comunicação. Estes resultados sustentam o argumento de que os cidadãos formulam “avaliações subjetivas” não apenas ao acessar informações, mas também ao serem expostos a enquadramentos interpretativos. (2007, p. 284)

Para que um dia seja possível uma atuação mais efetiva da televisão na construção da cidadania e na consolidação democrática, Porto sugere que é necessário um novo marco regulatório das comunicações, com a criação de incentivos para os *media* buscarem a pluralidade de olhares em suas coberturas noticiosas e ficcionais; um aumento do controle social dos meios, com a criação de ouvidorias e *ombudsman*; e um maior controle da comercialização dos produtos midiáticos. Ele sugere ainda que leis determinem um tempo mínimo para a produção de programação de interesse público e fala de mudanças na formação dos jornalistas e em suas rotinas de trabalho, para incluir uma discussão mais ampla sobre imparcialidade e equilíbrio.

Barbero e Rey (2004) também falam da ampliação do controle social dos meios de comunicação, entre outras iniciativas, como forma de ampliar as possibilidades de participação cidadã:

É certo que, na televisão, se propõem temas da confrontação pública, vozes que representam setores sociais bem definidos ou que apenas estão em desenvolvimento, propostas dos governos ou perspectivas sugeridas pelos partidos e pelos movimentos sociais. O político precisa da televisão para existir, para ser reconhecido, para situar-se. Mas também apareceram outros procedimentos que procuram modificar as interações entre as mídias e a cidadania. Ouvidorias



cidadãs, observatórios de mídias, conselhos de leitores, defensores do leitor, defensores do telespectador são instâncias de participação que destacam o valor cidadão da comunicação, o significado cidadão encenado nas comunicações. Não é que a comunicação tenha se politizado, mas a política se imbricou estreitamente com a comunicação. (p. 93-94)

Uma das iniciativas já consolidadas com o intuito de instigar a participação cidadã no controle dos *media* é da Associação Valenciana de Espectadores Ver Más, que gere o Observatório de TV Responsable, cujo estatuto está disponível na internet, no site <http://www.observatoriovermastv.org/Microsoft%20Word%20-%20ciudadaniaytv.pdf>. No documento, a organização se refere a um jornalismo cívico, iniciado nos anos 1990, na Europa, com o intuito de fomentar credibilidade às instituições públicas e privadas da União Européia.

A proposta, em essência, consiste em outorgar aos meios de comunicação um papel importante na criação de uma opinião pública de qualidade, com o fim de que, em um processo de juízo público, se efetive uma conversação em que todos participem em igualdade de condições. (...) Não é que o jornalismo cívico pretenda substituir a política, se não que se trata de fazer más viável a democracia nas sociedades massivas, ao colocar os meios a serviço do diálogo público. O jornalismo cívico nos apresenta um panorama não somente mais pluralista, se não mais conectado com a ideia de reflexão e participação social. Não só é importante que haja variedade de vozes, se não que se promova a existência dessas “vozes”, da reflexão crítica.⁷ (OBSERVATORIO VER MÁS).

A TV pública, nesse sentido, parece ser a chave para que se ampliem as potencialidades do veículo na formação cidadã. Uma TV livre dos entraves comerciais, dos interesses políticos e aberta aos interesses diretos dos consumidores, que passam a ter voz ativa na produção do conteúdo midiático. Uma TV com ampla participação e controle social, com financiamento público, mas sem ingerências governamentais. Uma TV pública no sentido mais amplo do conceito de espaço público, como uma arena de

⁷ Tradução livre. Texto original: “La propuesta, en esencia, consiste en otorgar a los medios de comunicación un papel importante en la creación de una opinión pública de calidad, con el fin de que, en un proceso de juicio público, se logre una conversación en la que todos participen en igualdad de condiciones”. (...) No es que el periodismo cívico pretenda sustituir a la política; sino que se trata de hacer más viable la democracia en las sociedades masivas, al poner los medios al servicio del diálogo público. El periodismo cívico nos presenta un panorama no solamente más pluralista sino más conectado con la idea de reflexión y participación social. No sólo es importante que haya variedad de voces sino que se promueva la existencia de esas “voces”, de la reflexión crítica.



debates e livre expressão, com soberania para seguir os caminhos que propiciem uma maior autonomia dos que ali participam.

Uma TV que não se conhece no Brasil, mas cuja experiência já foi analisada em outros países. Uma dessas análises foi feita por Gabriela Borges, no artigo “Televisão e cidadania, a participação da sociedade civil na 2: portuguesa” (2006). No texto, a autora enumera sete aspectos fundamentais para se alcançar uma programação televisiva de qualidade: 1) a importância do papel da emissora como mediadora, que cria laços sociais e estimula a consciência crítica na formação cultural e política; 2) o papel da TV na produção de valores e no estímulo ao exercício da cidadania; 3) a produção de narrativas úteis pelos programas da emissora, que originem questionamentos e diferenças de opiniões, ao promoverem diversas produções de sentido e significações; 4) as propostas estéticas da programação, que devem ser atrativas, com multiplicidade de formatos e linguagens, dinamismo e constituídas por diversos enquadramentos; 5) o papel pedagógico da televisão e seu didatismo ao abordar assuntos de suma importância, como as diferenças étnicas, questões ambientais e lutas pelos direitos de grupos minoritários; 6) o alcance das propostas cidadãs por toda a programação; 7) a participação popular, se é efetiva e se os diferentes públicos são inclusos na programação da emissora.

A construção da cidadania passa, assim, por diversos caminhos, entre eles a garantia do direito legal à participação política, o pleno acesso a direitos básicos, como ir e vir, estudar, ter acesso a saúde, ao lazer, a moradia, ao trabalho, à dignidade, tudo isso em condições iguais a qualquer outra pessoa, independentemente de cor, sexo, idade, religião, origem ou opção sexual. E um desses caminhos é por meio da televisão, que tanto pode contribuir para ampliar o alcance dessa busca, a partir de uma programação de boa qualidade, claramente preocupada com esse objetivo, como é alvo de disputa, por se constituir em instância de visibilidade e poder. Motivos que reforçam ainda mais a importância de perceber os *media*, em especial a TV e sua programação, como objeto fundamental para as Ciências Sociais Aplicadas, sobretudo os estudos comunicacionais, de modo a esmiuçar o que tem sido produzido, realçar os bons exemplos e difundir ao máximo a necessidade de que estes se tornem preponderantes na grade de programação de qualquer emissora, feito que pode ser possível sem a rejeição do público.



REFERÊNCIAS

- BARBERO, Jesús Martín. *Dos Meios às Mediações – Comunicação, cultura e hegemonia*. 2ª edição, Editora UFRJ, 2003.
- BARBERO, Jesús Martín, REY, German. *Os Exercícios do Ver – Hegemonia audiovisual e ficção televisiva*. 2ª edição, São Paulo, Editora Senac, 2004.
- BORGES, Gabriela. *Televisão e cidadania: a participação da sociedade civil na 2: portuguesa*. Texto publicado nos Anais do Congresso Lusocom 2006, Universidade Santiago de Compostela. Acessado em www.bocc.ubi.pt, dia 8/3/2013.
- CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e Cidadãos - Conflitos multiculturais da globalização*. 4ª edição. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 1999.
- LIMA, Venício A. de. *Mídia: Teoria e Política*. São Paulo, Fundação Perseu Abramo, 2001.
- MACHADO, Arlindo. *A Televisão Levada a Sério*. São Paulo, Editora Senac, 2000.
- OROZCO GOMEZ, Guillermo. “Medios, audiencias y mediaciones”, in *Comunicar* 8, 1997. Acessado em <http://www.uned.es/ntedu/espanol/master/primer/modulos/teoria-de-la-informacion-y-comunicacion-audiovisual/orozco.pdf>, em 17/3/2013.
- OROZCO GOMEZ, Guillermo. *O telespectador frente à televisão. Uma exploração do processo de recepção televisiva*. *Communicare*, Volume 5, nº 1, 1º semestre 2005. Acessado em <http://www.softwarelivre.org/samadeu/orozco-telespectador-frente-a-tv.pdf> em 08/3/2013.
- PORTO, Mauro. *Televisão e Política no Brasil – A Rede Globo e as interpretações da audiência*. Rio de Janeiro, E-Papers, 2007.
- VERÓN, Eliseo. “Televisão e política: história da televisão e campanhas presidenciais”, in FAUSTO NETO, Antonio. VERÓN, Eliseo. RUBIM, Antonio Albino. *Lula Presidente: televisão e política na campanha eleitoral*. São Paulo, Hacker, São Leopoldo, Unisinos, 2003.