

## **Mídias, Identidades Culturais e Cidadania<sup>1</sup>**

Rodrigo Severo RODEMBUSCH<sup>2</sup>  
Centro Universitário Ritter dos Reis (UniRitter)

### **Resumo**

Os processos comunicacionais na atualidade reconfiguraram conceitos e compreensões que atravessaram décadas sem serem tensionados. Entre os motivos estão o desenvolvimento tecnológico e o conseqüente incremento da participação de sujeitos comunicantes antes sem acesso a meios de comunicação. Essa reconfiguração também opera sobre a construção de identidade, da cidadania comunicativa e de mídias alternativas. Para dar suporte teórico para as reflexões aqui presentes, este artigo, conta com os estudos de Cortina (2005), Canclíni (2008), Martín-Barbero (1998), Castells (2013), Certeau (1994), Hall (2009), Peruzzo (2012), dentre outros.

**Palavras-chave:** Mídias; Cidadania; Identidade; Rádio Comunitária

### **Introdução**

Este artigo traz para reflexão perspectivas interessantes para o binômio produtor-receptor, pois é uma relação superada e que não responde mais a questionamentos referentes à abrangência dos processos midiáticos da atualidade e a certos conceitos que, mesmo importantes e vitais para o campo da Comunicação, não dão mais conta das novas configurações presentes nos processos comunicacionais. Entretanto, afirmar que tais conceitos e compreensões acerca dos fenômenos que, neste estudo são tencionados, já estão ultrapassados, não significa dizer que o conjunto de desenvolvimentos teóricos construídos até então é descartável. Um exemplo seria ignorar as contribuições de Certeau (1994) pelo fato de o autor não ter voltado seus estudos para o campo digital, realidade claramente distante para o francês à época.

Nessa linha de raciocínio, Canclíni parte de uma ideia de esgotamento de conceitos que não conseguem mais explicar certos fenômenos ou eventos da contemporaneidade. Para o autor são precisos “outros instrumentos conceituais” (2008, p.283) para que se dê conta de uma nova realidade, o que incluiria, inclusive, a questão

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017.

<sup>2</sup> Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Mestre em International Media Studies pela Deutsche Welle (Bonn-Alemanha). Professor do Centro Universitário Ritter dos Reis, email: r.rodembusch@gmail.com

da presença midiática nos diversos atravessamentos e dimensões que constituem a identidade. É neste sentido que Bonin (2014, p.44) reforça que os “conceitos devem sofrer constantes revisões e remodelações demandadas pelos problemas investigados”.

Em suma, ao longo deste artigo, pretende-se problematizar a construção da identidade em diversas realidades, com uma perspectivação para o ambiente digital, em especial a partir dos anos 90, quando se instaura a digitalização como processo de produção e há uma desestabilização em vários contextos com esse novo processo. Contextualizando um pouco mais este cenário, Lago lembra que “com a adoção da tecnologia digital, o sistema de produção apoiado em uma cultura de consumo massivo deu lugar a novas condições sociais das quais se precipita uma nova estrutura de antagonismos de classes”. (2012, p.72).

Para completar esta curta introdução, este estudo retoma também a questão dos canais alternativos - rádios comunitárias - que, a partir dos estudos de Braga (2006), poderiam ser compreendidos como parte dos “dispositivos sociais” – termo cunhado pelo autor e que pode ser entendido como “modos de a sociedade interagir sobre (e portanto com) sua mídia” (2006, p.39). Daí também a importância de inseri-lo nesta reflexão, que lança olhar para a reconfiguração comunicacional da atualidade e suas implicações para a construção de identidade e da cidadania comunicativa.

### **As Inter-relações e os Sujeitos Comunicantes**

Lorite (2013), Pavan (2011) e Lacerda (2014) apresentam pesquisas que colocam o sujeito comunicante como integrante das dimensões que cercam os objetos em seus estudos. São exemplos de que a ciência precisa considerar realidades locais, contextos e falas para uma compreensão maior. Pavan acredita que a “maior potencialidade da história oral para a comunicação é registrar a participação do indivíduo como sujeito no processo histórico” (2011, p.337). Neste ponto, Santos (2008) recupera a ideia de senso comum. O autor não nega tal dimensão na construção de ciência, uma vez que o diálogo com o senso comum é válido. Porém, reforça que o arcabouço teórico precisa perspectivar os olhares sobre os objetos a serem estudados.

Maldonado (2014, p.21) reforça esse pensamento ao afirmar que “pensar o espaço/tempo da receptividade comunicativa leva-nos, necessariamente, a situar os públicos na sua história pessoal, familiar, de classe, de região, de raça, de etnia, de tribo, de talentos-competências, de concepções e de subjetividades comunicativas”. Em outras

palavras, a complexidade dos atravessamentos interessa e precisa ganhar um espaço de destaque no universo da pesquisa. Para o autor, o reducionismo traz prejuízos “para a compreensão dos processos de receptividade comunicativa” (2014, p.21), o que não está incorreto assegurar que a redução de elementos pode interferir sobremaneira no que se obtém como resultado. Hall (2009) reforça Maldonado ao reiterar que “é preciso levar em consideração os cenários que constituem o indivíduo”.

Seguindo com Maldonado, o autor contribui com a discussão ao afirmar que “importantes deslocamentos, reformulações e fundamentações de hipóteses, de argumentos e de problemáticas ficam danificados pela subestimação do trabalho de campo” (2014, p.35). No que tange os sujeitos investigados, Maldonado é claro ao lembrar que a inclusão de *pesquisados* dentro do universo da pesquisa precisa extrapolar o sentido – por vezes simplório e superficial - de seres passivos. “São sujeitos que têm a contribuir em suas falas, ações, questionamentos etc” (2014. p.27).

Hall (2009) faz um resgate da construção acerca do sujeito: um ser desconectado do seu contexto e influenciado pelos meios de comunicação. Tal visão foi somente quebrada com os estudos culturais britânicos, com autores, como o próprio Hall, que buscaram compreender as classes populares e suas culturas. Foram pesquisadores que reconhecem um sujeito situado culturalmente e que tem algo a dizer.

Lago (2012) também traz à tona a questão da passividade, porém, sem o caráter emancipatório apresentado por Maldonado. Para ela, “cada vez mais consciente de seus poderes de criação, o trabalhador deixa de ser um participante passivo nos sistemas de produção e de consumo” (2012, p.75). Nas pesquisas de Pavan (2011) fica clara essa contribuição do sujeito e a importância para a compreensão apurada de um cenário. Nas palavras da autora, “quem conta sua história reconstrói sua memória, percebe a dimensão do que realizou e reafirma a capacidade de decidir e participar da história de um lugar. Ao compartilhar seu depoimento, toma consciência do contexto maior em que está inserido” (2011, p.325).

Somando ao grupo de autores que dialogam entre si quanto à complexidade que envolve os objetos de pesquisa, Canclini (2008) deixa claro que para entender cultura e identidade não é possível debruçar-se em apenas um ou dois fatores, como mídia ou globalização, por exemplo. De acordo com o autor, é preciso ter uma visão multifatorial, multidimensional quando se trata de compreender de forma abrangente tais conceitos.

Mesmo compreendendo a posição que as mídias ocupam nesse cenário, não é possível desconsiderar outros fatores. Dessa forma, o que vai ser definido é resultado de um complexo jogo de inter-relações. Junto com Canclíni, Bonin reforça, no processo investigativo, que os “métodos considerem as particularidades dos contextos, das culturas, das linguagens e das modalidades comunicativas dos sujeitos cuja recepção/produção midiática queremos entender” (2014, p.47).

É neste cenário que a estratégia transmetodológica é necessária justamente para dar conta, para conseguir contemplar a diversidade de atravessamentos que constitui o sujeito comunicante. Quiçá somente com essa perspectiva multifacetada seja possível chegar a uma realidade mais próxima dos verdadeiros porquês e das reais motivações dos referidos sujeitos. Maldonado continua suas observações acerca do tema ao acreditar que “não é pertinente nem fecundo expulsar e/ou obliterar a problemática dos sujeitos em comunicação, sejam eles telespectadores, radiouvintes, leitores, conversadores, desfrutadores, internautas etc.” (2014, p.37).

Lago completa esse raciocínio e acrescenta um elemento novo, o digital, ao referir-se que há uma nova reconfiguração, uma vez que o isolamento geográfico oriundo da realidade analógica perde força e uma reconfiguração de espaços, territórios e barreiras é necessária. Faz-se aqui um questionamento ao me apropriar de Maldonado (2014) e Castells (2013) no que tange o sujeito comunicante. Como não considerar esse ator social em pesquisas que envolvem, por exemplo, mobilizações sociais? Quando o sociólogo espanhol se refere à criação de significado e à contestação do poder, como conceber um estudo que não leve em consideração esse sujeito?

## **A identidade e a mídia**

A questão da identidade tem relação direta com a da cidadania porque, conforme Cortina (2005), a primeira é um elemento definidor da segunda, isto é, um conceito completo de cidadania pressupõe três elementos: status legal e moral e uma identidade. Para a autora, pensar esse conceito nos dias atuais e nas diferentes sociedades que temos implica na presença de um componente fundamental: a dignidade. Tal palavra se fez presente em uma gama de mobilizações sociais, como por exemplo, no movimento na Tunísia, que se automeou, conforme Castells (2013), como uma revolução pela liberdade e pela dignidade. Além disso, para Cortina, a identidade “conta também com

esses elementos específicos de cada indivíduo e de cada comunidade étnica, religiosa ou nacional às quais pertencem, e que são os que lhes propõem formas de vida boa” (2005, p.25).

Nessa linha de raciocínio, é importante retomar um questionamento da autora no que tange à identidade e à questão cultural: “Como saber-se e sentir-se cidadão igual quando a própria cultura é preterida? Como aceitar as normas políticas de uma cultura que se revela estranha?” (2005, p.140). Ambas as indagações remetem a uma realidade presente na atualidade: o multiculturalismo, seus mecanismos de representação e a necessidade da coexistência em um mesmo espaço geográfico de grupos com diferentes tradições. Entre as possíveis consequências desta interação está a desvalorização de culturas locais e/ou de grupos minoritários, isto é, a valorização de uma em detrimento à outra. Para Hall, o multiculturalismo é um termo “enredado” (2009, p.51), em referência à sua constituição complexa.

Canclíni avança nesse debate e, a partir de seu conceito de hibridação<sup>3</sup>, ressalta que é esse processo que permite que “a multiculturalidade evite o que tem de segregação e se converta em interculturalidade” (2008, p.19). Ele lembra, entretanto, que a compreensão do termo varia de acordo com a região em que é perspectivado, isto é, “na América Latina o que se tem chamado de pluralismo ou heterogeneidade cultural é entendida como parte da nação, enquanto no debate estadunidense, como explicam vários autores, multiculturalismo significa separatismo” (2010, p.20).

Como Canclini (2008), Hall (2009) também aborda o conceito de hibridismo ao tensionar a questão da globalização e as culturas. É nesse sentido que o autor menciona “estar dentro da Europa sem ser dela” (2009, p.74), o que claramente denota o sentido de certos grupos em desvantagem social e econômica que, integram geograficamente o universo social, porém, de alguma forma não se sentem parte da sociedade. Nesse sentido, apresenta-se a seguinte interrogação pertinente: Os meios de comunicação alternativos, entre eles os comunitários, têm força de se estabelecer como espaço para a disseminação e manutenção de culturas preteridas - nesse caso específico, pela mídia hegemônica? A resposta talvez esteja com Martín-Barbero (1998, p.317), que apresenta um estudo nas rádios de Lima, no Peru, onde o reforço de características locais na programação como a língua falada na rua garantiu a constituição de um “*nós* popular” e,

---

<sup>3</sup> Como não é o escopo deste artigo fazer uma revisão bibliográfica de conceitos pertinentes ao projeto de pesquisa e porque há um limite de caracteres a serem produzidos, não haverá um aprofundamento conceitual quanto à hibridação, apenas referência à mesma ao longo do texto.

em consequência disso, a ativação de “dimensões da vida cultural do país desconhecidas ou negadas nas emissoras de corte transnacional”. O resultado disso, para o autor, é o rádio como um espaço de identidade. Não podemos deixar de mencionar o sujeito, o ator social, como centro de todo este processo.

Para o filósofo colombiano, esse meio de comunicação oferece a possibilidade de conservar elementos característicos de certos grupos (1998, p.270), o que garantiria, assim, a preservação de uma identidade própria. Martín-Barbero complementa ao caracterizar o rádio como um veículo que, mesmo territorialmente mais abrangente, manteve regionalismos e culturas locais. Por outro lado, a televisão “unifica para todo o país uma fala na qual, exceto para efeitos de folclorização, a tendência é para a erradicação das entonações regionais” (1998, p.271).

Canclíni (2008, p.259) também dá atenção ao rádio ao afirmar que em toda a América Latina este meio permite que se “leve à cena a linguagem e os mitemas do povo que quase nunca a pintura, a narrativa nem a música dominantes incorporavam”. A relevância dessa constatação é exposta por Cortina ao trazer à tona uma outra questão: a da autonomia (2005, p.160), considerada por ela peça-chave na constituição de uma identidade.

Segundo dados da Unesco<sup>4</sup>, mais de 2 bilhões de pessoas no mundo recorrem à mídia comunitária como canal de comunicação e entre suas especificidades está a liberdade, isto é, a capacidade de formular suas próprias regras e não sofrer com pressões externas, como políticas, econômicas e sociais, por exemplo. Para Maldonado (2014, p.17) “parte dos públicos e dos sistemas midiáticos contemporâneos sabe aproveitar as assimetrias, as brechas, as potencialidades e as facilidades que as condições técnicas comunicativas oferecem”. É neste sentido que os entremeios, os atalhos, ou o que Certeau (1994) denominou de *tática*, podem garantir a autonomia, uma das premissas para a construção de uma comunidade independente e que se reconhecera internamente a partir de suas tradições e características em comum.

Ainda dentro dessa temática está a questão da autonomia em relação à outra plataforma: a digital. Sobre o tema, Castells (2013, p.14) ressalta que “os meios tradicionais de comunicação têm como seus principais controladores, empresas e governos. Por outro lado, a sociedade em rede dispõe de canais com menos obstáculos e, conseqüentemente, menos influência de terceiros, como as redes sociais mediadas por

---

<sup>4</sup> Para mais informações: *Community Radio Handbook* – Unesco. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001245/124595e.pdf> Acesso em 10 de agosto de 2015.

computador”. É neste novo ambiente que são possíveis diferentes formas de apropriação e resgate de identidades locais, bem como de manutenção do sentimento de pertença – a um grupo ou a uma causa, por exemplo. Assim, Cortina se soma a Martín-Barbero e a Canclíni ao afirmar que “só a pessoa que se sente membro de uma comunidade concreta, só quem se sabe reconhecido por uma comunidade desse tipo como um dos seus e adquire sua própria identidade como um membro dela pode sentir-se motivado a se integrar ativamente nela” (2005, p.26).

Em outras palavras, o fazer parte é um fator motivacional para a integração e o engajamento. Conforme a autora, o pertencer a um grupo segue sendo um dos maiores desafios e deste sentimento é que se desenvolve a identidade coletiva (2005, p.158). Nesta mesma linha, Braga afirma que “os sentidos midiaticamente produzidos chegam à sociedade e passam a circular nesta, entre pessoas, grupos e instituições, impregnando e parcialmente direcionando a cultura”. (2006, p.27). É uma relação de causa/efeito entre mídia, circulação e cultura.

Para Braga, *o que* circula, isto é, o que “a sociedade faz com sua mídia” (2006, p.29) é diferente do que a mídia apresenta, do que ela veicula. Esta é, para o autor, uma característica-chave de um terceiro subsistema de midiatização da sociedade, que extrapola a simples relação produção/produtor e a recepção/receptor, denominado “sistema de resposta social”. (2006, p.22). Agora, esta *resposta* dos cidadãos ao que lhes é ofertado midiaticamente tem algum papel na construção e/ou fortalecimento da identidade local? Em caso afirmativo, que plataformas seriam utilizadas para tal ação?

Braga argumenta que são os “dispositivos sociais” (2006, p.37) os espaços por excelência de crítica midiática. Logo, é possível afirmar que o cidadão reconhecido e estabelecido dentro de sua comunidade tem, por meio da mídia alternativa, um dispositivo que desafia a lógica da produção institucional e a recepção coletiva, uma vez que um mesmo ator social também é produtor e se utiliza da plataforma para diferentes propósitos. Entre esses objetivos, segundo Braga (2006, p.38), estão a crítica, a militância social, os processos educacionais e/ou a defesa de valores sociais ameaçados por lógicas comerciais.

Canclíni corrobora com Braga ao afirmar que “movimentos populares inserem suas reivindicações no rádio” (2005, p.18), em uma clara demonstração de que o dispositivo pode sim ser utilizado para o fortalecimento de demandas de uma comunidade, em um processo de construção de cidadania.

Seguindo com a busca por pistas sobre a relação entre processos midiáticos e construção da identidade, Braga (2006, p.36) retoma o conceito de mediação de Martín-Barbero, que tem estreita afinidade com a cultura, já que “o espectador traz para a interação com a mídia suas vivências e suas bases culturais socialmente elaboradas”. O autor deixa clara a importância do sujeito neste processo de ressignificações, um ser social ativo, integrante de um grupo em que se identifica, como já mencionado anteriormente por outros autores.

Este conceito oferece um fechamento lógico de raciocínio entre comunidade, identidade e cultura, e complementa Cortina (2005, p.73) quando a autora lembra que “adquirimos nossa identidade e nossa autoestima no interior de uma comunidade que nos reconhece direitos ou os nega, que nos faz saber se somos seus membros ou faz com que nos sintamos estranhos”. Ainda para Cortina, os meios de comunicação têm parte da responsabilidade pela construção da cidadania em um processo informal de educação (2005, p.30). Porém, voltamos a um mesmo questionamento já feito anteriormente: o que fazer quando determinados coletivos não se sentem representados na mídia?

A mesma autora dá uma indicação de quem poderiam ser eles ao apresentar três tipos de diferenças culturais: os desfavorecidos, as minorias nacionais e certos grupos étnicos e religiosos (2005, p.148). Conforme a Unesco,<sup>5</sup> todos eles poderiam se beneficiar, por exemplo, de canais comunitários de comunicação para o fomento de suas demandas ou manutenção de suas individualidades.

### **Estratégias x Táticas**

Se para Cortina, “a identidade não nos é dada, mas a negociamos – daí a importância das lutas sociais empreendidas para obter o reconhecimento dos outros significativos” (2005, p.156), não poderia o espaço midiático ser o campo de batalha para tal reconhecimento? Ao aprofundar um pouco mais a temática, a autora segue com suas observações dando destaque ao multiculturalismo, que caracteriza como “um conjunto variado de fenômenos sociais, que derivam da difícil convivência e/ou coexistência em um mesmo espaço social de pessoas que se identificam com culturas diferentes”. (2005, p.140). Assim, até que nível as mídias podem quebrar uma hegemonia midiática e conseqüentemente cultural?

---

<sup>5</sup> Para mais informações: *Community Radio Handbook* – Unesco. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001245/124595e.pdf> Acesso em 20 de janeiro de 2015.

Canclíni (2008, p.205) denomina de excluídos aqueles “que não têm patrimônio ou não conseguem que ele seja reconhecido e conservado”. O autor faz referência exatamente a esta camada da sociedade sem representatividade ou voz. Para ele, são coletivos que se veem obrigados a replicar a “ideologia dos dominadores”. Santos (2008, p.195) chama de globalização hegemônica, o processo através do qual um dado fenômeno ou entidade local consegue difundir-se globalmente e, ao fazê-lo, adquire a capacidade de designar um fenômeno ou uma entidade rival como local”.

Ambos compreendem a existência de processos estabelecidos de exclusão e também de mecanismos que buscam alternativas que permitam o enfrentamento dessa situação, “abrindo espaços para a participação democrática, para a construção da comunidade, para alternativas a formas dominantes de desenvolvimento e de conhecimento, em suma, para novas formas de inclusão social”. (Santos, 2008, p.195-196). Fica aqui o questionamento: não seriam as rádios comunitárias um meio para se atingir esse objetivo ou o que Santos (2008, p.193) denomina de globalização contra-hegemônica?

Outros questionamentos podem ser feitos a partir da relação entre hegemônico e não-hegemônico: como deve ser a cidadania para que o alcance das práticas que acontecem dentro e fora das rádios comunitárias possa ser significativo? Se são necessários espaços onde exista uma interlocução entre diversas realidades de lutas, o digital não abarcaria tal espaço? Santos (2008) complementa e traz à discussão Certeau (1994) ao referir-se às potencialidades emancipatórias que precisam emergir de dentro destes espaços limitados. Como, então, criar subjetividades desestabilizadoras?

Para compreender melhor os processos referidos, Certeau (1994) explica que o sujeito comunicante, dominado por um determinado sistema, tem condições de desenvolver táticas, mecanismos que possibilitem um certo desvio do que é pré-estabelecido para ele. Como já referido anteriormente, a dominação existe, mas considerar este sujeito um ser passivo é equivocado. O desvio, então, é uma resistência. O autor (1994, p.39) relembra o que os índios faziam com a cultura dominante que lhes era imposta: eles a subvertiam, a utilizavam de forma que fazia sentido para o grupo. Um exemplo de que a tática, diferente da estratégia, tem seus propósitos claros dentro de uma realidade cultural dominada.

É interessante analisar, como o próprio autor menciona, os usos e a “manipulação pelos praticantes que não a fabricam” (1994, p.40), no caso, a cultura

dominante. Para Certeau, esse processo tático é, muitas vezes, compreendido como uma forma de vulgarização ou degradação da cultura (1994, p.95). Outras táticas são também apresentadas por Santos (2008, p.198) como a prática da sociologia das ausências que “torna possível que os oprimidos assumam a sua experiência da inexperiência dos opressores e que, com base nisso, logrem um conhecimento mais esclarecido dos mecanismos mais profundos de dominação e uma capacidade acrescida para lutar contra eles”.

Ainda no que se refere à ideia de subversão, o autor dialoga com Certeau (1994) trazendo à discussão as apropriações acerca da festa barroca, que “revela um potencial subversivo que aumenta na medida em que a festa se distancia dos centros de poder, mas que está sempre presente, mesmo quando são os próprios centros do poder os promotores da festa”. (2008, p.210). Finalizando sua contribuição, Santos (2008, p.111) sintetiza grande parte do que foi apresentado até o momento ao lembrar que “nas periferias a transgressão é quase uma necessidade”. Nessa realidade, a mídia comunitária não só demanda participação e protagonismo dos sujeitos, conforme Peruzzo (2012), como é um espaço único para romper com a dominação hegemônica. Daí, de acordo com Santos (2008), é que vem a demanda crescente por essa forma de comunicação. E quando as táticas utilizam a plataforma digital?

Para Castells (2013), nesse cenário são criadas novas culturas de cidadania, novos arranjos dos conceitos de liberdade, como um fluxo livre de informação e de dignidade. Um ativismo digital que experimentou uma mobilização nunca antes observada. O autor ressalta, ainda, que, em alguns casos, foi possível superar o bloqueio da mídia convencional ou hegemônica. O autor também aborda a questão da luta de classe, tema recorrente em Lago (2012). Junto aos dois autores, Gohn (2010, p.25) conclui esta linha de pensamento fazendo referência às formas de mobilização da atualidade ao destacar que “além da ampliação dos sujeitos protagonistas de ações coletivas, ocorreram alterações no formato das mobilizações e na forma de atuação – agora em redes”.

### **Considerações finais**

As relações entre o cidadão e o campo midiático se destacam pelos processos crescentes de apropriação de canais de comunicação alternativos para diferentes fins,

entre eles o da construção/manutenção de uma identidade coletiva. Este é o caso das rádios comunitárias e das plataformas digitais, ambas possíveis *táticas* contra um poder e uma globalização hegemônicos. O que é possível ser percebido ao longo deste artigo é o tensionamento presente entre mídia, relações de poder e a busca por autonomia e manutenção de uma identidade. De um modo mais específico, fica a sugestão de reflexão mais aprofundada acerca do papel que o campo midiático tem na constituição dessa identidade, questão presente nos questionamentos apresentados neste texto.

Para Cortina, “a trama da cidadania é urdida com dois tipos de fios: aproximação dos semelhantes e separação em relação aos diferentes” (2005, p.32), em outras palavras, essa dialética envolvendo a temática cidadã precisa ser compreendida dentro e fora da esfera midiática, uma vez que novas formas de comunicação são uma realidade nos dias de hoje e integram os fatores responsáveis por mudanças na sociedade. E para tal, diferentes dimensões constitutivas, incluindo o próprio sujeito comunicante, precisam integrar a investigação. Já Braga (2006, p.62) apresenta questionamentos que sintetizam algumas ideias aqui apresentadas e que podem ser aplicados na realidade das mídias comunitárias e em sua associação com a construção de uma identidade, ao reforçar que a interação com as mídias depende de fatores como autonomia e competências interpretativas e de que forma as pessoas escolhem o que consomem.

A contribuição de Martín-Barbero para as considerações finais deste trabalho acerca de uma construção identitária é simples, direta e permeia os diferentes autores apresentados neste texto. Segundo ele, “o debate sobre a identidade continua em aberto na América Latina” (1998, p.263). Isso significa que há muito espaço para discussão e o desenvolvimento da esfera midiática ainda precisa ser perspectivado sobre outros ângulos, entre eles o digital, para que seja possível compreender suas implicações para a sociedade.

## Referências

BONIN, J. A. Problemáticas metodológicas relativas à pesquisa de recepção/produção midiática. In: MALDONADO, A. E. (Org.). **Panorâmica da investigação em comunicação no Brasil**. 1ª edição. Salamanca, Espanha: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2014, v.1.

BRAGA, J. L. **A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática**. São Paulo: Paulus, 2006.

---

CASTELLS, M. **Redes de Indignação e Esperança: movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CERTEAU, M. de. **A invenção do cotidiano**. 3ª edição. Petrópolis: Vozes, 1994.

CORTINA, A. **Cidadãos do mundo: para uma teoria da cidadania**. São Paulo: Loyola, 2005.

GARCIA CANCLÍNI, N. **Consumidores e Cidadãos**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2010.

\_\_\_\_\_. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: USP, 2008.

GOHN, M. da G.. **Movimentos sociais no Brasil contemporâneo**. Petrópolis-RJ: Vozes, 2010.

HALL, S. **Da Diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte/Brasília: Editora UFMG/Unesco, 2009.

LACERDA, J. de S.; ANJOS, L. N. dos; BEZERRA, S. B.; DANTAS, S. M. M.; CASTANHA, S. A. Lugares de interlocução na publicidade sobre prevenção das DST/AIDS: descentralizar vozes para uma cidadania comunicativa. **Mídia e Cotidiano**. Niterói-RJ, v.5, n.5, (no prelo) Jul./Dez., 2014

LAGO, S. (Comp.). **Ciberespacio y Resistencias: exploración en la cultura digital**. Buenos Aires: Hekht Libros, 2012.

LORITE, N. y G., J. (2013): Investigación audiovisual de las migraciones y el tratamiento de la diversidad de los medios de comunicación: un estudio de caso. Em Granados, A. (Ed.) **Las representaciones de las migraciones em los medios de comunicación**. Madri: Trotta.

MALDONADO, A. E. Perspectivas transmetodológicas na pesquisa de sujeitos comunicantes em processos de receptividade comunicativa. In: MALDONADO, A. E. (Org.). **Panorâmica da investigação em comunicação no Brasil**. 1ª edição. Salamanca, Espanha: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2014, v.1.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1998.

PAVAN, M. A.; VELOSO, M. do S.. Identidade, histórias de vida e memória: um exercício de comunicação audiovisual. In: MALDONADO, A. E.; BARRETO, V.; LACERDA, J. **Comunicação, educação e cidadania: saberes e vivências em teorias e pesquisa na América Latina**. Natal-João Pessoa: UFRN-UFPB, 2011.

PERUZZO, C. M. K. A comunicação no desenvolvimento comunitário e local, com cibercultur@. In: XXI Encontro Anual da Compós, 2012. **Anais do XXI Encontro Anual da Compós**. Juiz de Fora, MG: Compós, 2012.

SANTOS, B. de S. **A gramática do tempo: para uma nova cultura política.** 2<sup>a</sup> edição. São Paulo: Cortez, 2008.