

Comunicação e Cidadania: reflexões sobre o territorialidade e política¹

Ana Paula Mendes Alcanfôr Nascimento Magalhães²

Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

Resumo

Os estudos comunicacionais, e as denominadas Teorias da Comunicação, há muito se afastam das ciências sociais ignorando os fundamentos da formação da sociedade. A aproximação entre comunicação e cidadania é terreno fértil para esse resgate, buscando, nas origens da organização social como se configura, o conceito de cidadania e sua relação com o funcionamento dos meios de comunicação. Dessa forma, busca-se, neste trabalho, uma abordagem a partir da constituição do território como espaço e lugar, a relação que a territorialidade tem com o surgimento da cidadania, e a comunicação como fato que perpassa essa dinâmica sócio-espacial.

Palavras-chave

Comunicação; Cidadania; Espaço; Lugar

1 INTRODUÇÃO

O presente artigo é um estudo preliminar e experimental sobre a relação entre mídia, cidadania e territorialidade.

O objetivo da execução deste estudo é a realização de pesquisa para integrar parte da qualificação para obtenção do título de mestrado, no capítulo destinado ao embasamento teórico conceitual que propõe relativizar os conceitos clássicos da comunicação midiática, como justificava para a escolha da abordagem dos estudos culturais. Busca-se trazer uma perspectiva de ampliação dos domínios do campo, a fim de relacioná-lo a áreas até então raramente estudadas nos meios acadêmicos de pesquisa da comunicação. A fim de desenvolver uma dissertação estabelecendo a relação entre comunicação, estudos urbanos, geografia urbana e direitos coletivos e individuais, faz-se necessária essa caminhada em direção a novas modalidades de estudo e compreensão do termo, até então pouco explorado para além dos domínios dos estudos midiáticos.

Compreendendo a comunicação como campo múltiplo do saber, pela sua relação indissociável e dialética com as ciências humanas e a própria trajetória histórica da humanidade, propõe-se a ampliação dos domínios da pesquisa na área. Objetiva-se fazer uma revisão breve das teorias da comunicação, e uma crítica a abordagem midiática, que restringe os estudos do campo ao objeto, minimizando seu potencial universalizante. A

¹ Trabalho apresentado no GT Comunicação e Política, do PENSACOM BRASIL 2018.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação PPGCOM - FIC/UFG

partir do conceito de transdisciplinaridade, a comunicação como campo perpassa a construção do conhecimento científico desde a sua gênese, tendo sido limitada ao estudo dos meios técnicos de produção e reprodução nos últimos séculos, quando figurou como disciplina de saber científico.

Os teóricos culturalistas buscam o resgate da amplitude do termo, propondo a revisão de seu objeto para além dos veículos de mediação, compreendendo a comunicação como processo dinâmico de transformação social. Relacionando-a a perspectiva histórica e sócio-cultural, a comunicação deve ser tratada como campo de transgressão dos períodos históricos, pelo seu caráter mediador da evolução do pensamento humano.

2 MARTÍN-BARBERO: POR UMA CONTEXTUALIZAÇÃO SOCIOPOLÍTICA DOS ESTUDOS COMUNICACIONAIS

Martin-Barbero, como expoente da escola latino-americana na comunicação, propõe uma abordagem do tema, no sentido de aproximar o processo comunicativo dos estudos sociais. Como crítico das teorias da midiaticização, Barbero (2009) pontua que a comunicação deve ser estudada como processo e não como objeto, a fim de explorar as suas relações com as dimensões cultural e política da sociedade. De acordo com o autor:

Vimos de um estudo de comunicação que por muito tempo pagou seu direito de inclusão no âmbito das legitimidades teóricas com a subordinação a certas disciplinas, como a psicologia e a cibernética, e que agora se apressa em livrar-se dessa condição pagando um custo muito mais alto: o esvaziamento de sua especificidade histórica, em troca de uma concepção radicalmente instrumental, como a que espera que as transformações sociais e culturais sejam efeito da mera implantação de inovações tecnológicas. (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 285)

Barbero observa que a questão da comunicação está no âmbito do político, relacionada aos estudos culturais, na sua vinculação com o processo de produção de informação e conhecimento. A indústria cultural, assim, serve as instituições de poder político, alimentando o jogo de tensionamento e gratificação que configura os conflitos entre as estruturas de poder e as revoltas populares.

Mais que um estudioso da comunicação, o autor defende um ponto de vista multidisciplinar, trazendo para a reflexão temas das ciências sociais e da filosofia, sob uma perspectiva histórica, na busca por abordar os estudos comunicacionais como questão política. Ao considerar o contexto local, latino-americano, marcado por

ensionamentos e conflitos que caracterizam a formação histórica dessa sociedade, Barbero reinventa a forma de se pensar a comunicação, a partir das singularidades da comunidade estudada. Dessa forma, o autor inova ao propor que os estudos do campo não podem estar dissociados das questões de classe social e das relações políticas entre povos, além de fazer uma crítica a tendência eurocêntrica de homogeneização das perspectivas, tratando todos os povos à luz das mesmas bases teóricas.

E isso se dá tanto no quadro das relações entre as classes quanto no das relações entre os povos e as etnias, que convertem a *Nação* num foco de contradições e conflitos inéditos, cuja validade social não cabe nas formas políticas tradicionais, já que estão trazendo à luz novos atores sociais que questionam a cultura política tradicional tanto à esquerda quanto à direita. (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 283)

A partir uma análise das bases de formação política da América Latina, de exploração e colonização, e pontuando as contradições de um povo que se constitui na pluralidade, o autor propõe a reconceitualização da cultura, como elemento fundante da expressão popular, e como forma de solução de conflitos internos nesse contexto social proposto. Na sociedade latino-americana o cultural é a forma política de resistência popular, como resgate de memória e como proposta rebelde de superação desse passado de exploração. Essa característica é, portanto, fundamental para os estudos em comunicação uma vez que qualifica de forma ímpar as formas de interação social como forma de atuação política. Trazendo para a discussão a questão da identidade - sem entrar em questionamentos sobre a profundidade do conceito - pode-se compreender os tensionamentos existentes nessas sociedades, cujas características culturais foram sendo suprimidas no processo histórico de nacionalização, o que torna a resistência cultural um fato político.

[...] começa a se formar nos últimos anos um outro projeto, estreitamente relacionado com a *redescoberta do popular*, ou seja, como novo sentido que essa noção hoje adquire: revalorização das articulações e mediações da sociedade civil, sentido social dos conflitos para além de sua formulação e síntese política, reconhecimento das experiências coletivas não enquadradas nas formas partidárias. O que se encontra no processo de mudança, hoje, é a própria concepção que se tinha dos *sujeitos políticos*. (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 284)

Nesse contexto, portanto, pensar a comunicação sob os antigos moldes dos estudos midiáticos é um reducionismo e um empobrecimento da área, uma vez que essa abordagem ignora a riqueza e a multilateralidade do aprofundamento da compreensão

resultante de um estudo mais lúcido, se considerada uma abordagem histórica, e rompendo com a tradição mecanicista dos estudos da comunicação como mídia.

Ao fazer um resgate do popular e contextualizá-lo como forma de ação política, o autor reinterpreta suas definições ambientando e relacionando com a forma de constituição social de um povo. O autor compreende o popular "[...] enquanto trama, entrelaçamento de submissões e resistências, impugnações e cumplicidades" (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 266). Ou seja, a revisão do popular é o que marca as contradições da formação sociopolítica da América Latina, sendo a materialidade da resistência cultural que caracteriza as particularidades das dinâmicas comunicacionais dessa sociedade. Marcadas essas contradições, o processo de urbanização dos países latinos representa uma forma de materialização desses conflitos, que se originam na tensão entre as identidades locais e as culturas hegemônicas estrangeiras. Assim, os espaços da rua, da praça, do bairro passam a permear as atividades cotidianas desse povo, tornando-se espaços de troca, de resgate e de comunicação.

O bairro surge então como grande mediador entre o universo privado da casa e o mundo público da cidade, um espaço que se estrutura com base em certos tipos específicos de sociabilidade e, em última análise, de *comunicação*: entre *parentes* e entre *vizinhos*. (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 274)

A questão espacial, portanto, permeia os conflitos e contradições dessa sociedade, sendo a materialidade do caráter de resistência, que encontra nas dinâmicas espaciais o seu modo de se reinventar ao mesmo tempo em que resgata as origens.

3 MARSHALL: POLÍTICA E CIDADANIA

T.H. Marshall, teórico marxista, faz uma leitura lúcida sobre as relações de poder, a divisão de classes e a construção da cidadania a partir da noção de status. Considerando as disparidades econômicas entre as classes na segunda fase do capitalismo, o autor pontua o consumo como característica fundamental como ideia de progresso nessa sociedade. Assim, estabelece-se a relação entre produção, progresso e consumo, a partir da criação incessante de necessidade promovida pela indústria cultural. Para o autor, a indústria cultural é criada para induzir as sociedades ao consumo de bens e serviços cuja oferta é muito maior que a demanda, gerando uma disparidade econômica e social. Como forma de resolver essa equação, a indústria da comunicação de massa torna-se estratégia de persuasão e indução ao consumo.

Assim, chegamos a situação na qual, segundo Galbraith, 'necessidades crescentes são criadas pelo processo pelo qual são satisfeitas', o que equivale a dizer que novos produtos, à medida que ingressam no padrão de vida social, se tornam objetos de desejo daqueles que lutam por imitar seus vizinhos, e o processo como um todo é imensamente fortalecido pela propaganda, campanhas de relações públicas e sistemas de compra de créditos. (MARSHALL, 1967, p. 204)

Dessa forma, é a modalidade de consumo que determina e classifica os grupos sociais, caracterizando uma sociedade altamente competitiva. É a partir dessas práticas que o indivíduo se sente pertencente (ou não) a um determinado grupo, sendo, então, determinante na compreensão, estudo e promoção da cidadania. A aquisição de bens e serviços passa a ser um importante parâmetro social, sem que a posse seja questionada ou relativizada em relação ao direito e ao mérito. "O que falta é o conceito de legitimidade baseado num princípio de justiça social." (MARSHALL, 1967, p. 210).

O excesso do consumo é compreendido como sinal de saúde econômica, sem que se percebam os riscos e as mazelas que podem acarretar, tanto do ponto de vista da economia como da ética. O chamado 'estado do bem-estar social' segue, em linhas gerais essa premissa do consumo, gerando uma falsa sensação de segurança, estabilidade e bem-estar coletivos. Uma sociedade que não está preparada para a crise, e que, portanto, em um momento de crise econômica - desencadeado ou não pelo consumismo desenfreado e encorajado pela publicidade - precisa adotar a chamada 'política da austeridade'. O reequilíbrio econômico fica então a cargo do sacrifício das massas, ao invés da desaceleração da produção, resultando em um aumento das desigualdades e injustiças sociais.

Naturalmente, qualquer sistema que serve a uma nação inteira está sujeito a conter muito daquilo que se inclina para a outra direção, isto é, a uniformidade de massa, mas o princípio deveria ser suficientemente forte para superar essa inclinação. Na Sociedade Afluente, percebemos, uma vez mais, duas tendências opostas. Há comunicação de massa e propaganda em massa arregimentando milhões de almas voltadas-para-outra para a estrada que elas querem que trilhem. Mas há também aspirações individuais e familiares de se igualar ou ultrapassar os vizinhos e elevar-se ao cume o qual, segundo pensam, se alargou, devido a afluência, para dar espaço para todos. (MARSHALL, 1967, P. 220)

Estabelecendo um paralelo entre o que classificou como 'Sociedade Afluente' e 'Estado do Bem-estar social', o autor coloca em questão os parâmetros sociais baseados no consumo, e como elas afetam a posição social do sujeito, se auto reconhecimento como

classe (status social), e a sua atitude individual e coletiva. Essa realidade é alimentada pela indústria da comunicação de massa, que determina os parâmetros de bem-estar e regula os desejos, tendo a função de manter o equilíbrio econômico e social.

Dessa forma, portanto, os parâmetros do direito, da justiça e da igualdade, são substituídos pelo poder de consumo, deslocando os princípios e a regulamentação da cidadania, da esfera do direito para a indústria, e a propaganda.

4 COMUNICAÇÃO COMO PRÁTICA DE CIDADANIA

Jessé Souza (2003) aborda novamente a questão da identidade em sua obra "A construção social da subcidadania". A identidade é tratada como forma de promoção da cidadania a partir do reconhecimento, que poder universalizante - pelo princípio da dignidade, ou particularizante - pelo princípio da autenticidade. O reconhecimento, sob essa perspectiva, é tratado como "uma necessidade humana vital" (SOUZA, 2003, p. 35 *apud* TAYLOR, p. 25-26).

A definição da identidade, partindo do ideal de autenticidade implica precisamente uma reação tanto em relação à pressão por conformidade social, quanto em relação a uma atitude instrumental em relação a si mesmo. (SOUZA, 2003, p. 36)

A autenticidade suprime a dignidade, em uma sociedade que se torna individualista ao determinar o nível de pertencimento ou exclusão de indivíduo a determinado grupo social. Dessa forma, observa-se, principalmente em sociedades periféricas, o surgimento de cidadãos de primeira e de segunda classe (SOUZA, 2003). A partir desse princípio, indivíduos e instituições hierarquizam cidadãos como mais ou menos dignos, gerando uma disparidade e um desequilíbrio na oferta de direitos e serviços aos cidadãos.

Adela Cortina (2005) acrescenta a discussão o conceito de cidadania, relacionado ao sentido de pertencimento que caracteriza uma comunidade. A autora pontua que existem dois lados do conceito: o lado 'racional', relativo a justiça e legitimidade desse pertencimento, e o lado 'obscuro', relativo aos laços já preestabelecidos socialmente, aos quais todo indivíduo já está submetido desde o nascimento. Dessa forma:

A cidadania é um conceito mediador porque integra exigências de justiça e, ao mesmo tempo, faz referência aos que são membros da comunidade, une a racionalidade da justiça com o calor do sentimento de pertença. (CORTINA, 2005, p. 27-28)

O exercício dessa cidadania, porém, pode ser compreendido a partir de várias perspectivas, uma vez que todas as dinâmicas sociais são atravessadas por esse conceito. Considerando o teor deste artigo a sua proposta reflexiva, opta-se pela discussão que relacione a cidadania, como o sentimento de pertença, e a relação com as configurações socioespaciais do meio urbano. Sobre esse assunto, Cândido Malta (2004) relaciona a definição de *lugar*, com referência em Marc Augé, o sentimento de pertença e a vivência da subcidadania no Brasil. A partir de uma análise do uso do tratamento dos espaços públicos pelo poder público e pelos cidadãos, o autor discute o sentimento de pertença aplicado ao tratamento e a vivência no ambiente urbano. A utilização das vias, das praças, e dos bairros, e a apropriação desses espaços pelos indivíduos, em compensação ao descaso do poder público, torna-se um ato de resistência, de reinvenção e resgate da cidadania ativa.

A diversidade e heterogeneidade de usos que devem ser defendidas para termos ambientes urbanos criativos, facilitadores do intercâmbio e criação cultural - [...] - deve ser capaz de conviver com a ideia de se morar tranquilamente. [...] Mas já vimos como os processos sociais mais gerais afetam a tranquilidade e de como os cidadãos tendem a se enclausurar atrás de muros e grades na busca da segurança e da tranquilidade. A introdução dos automóveis progressivamente nas ruas antes tranquilas vai expulsando os usuários desse espaço público, perdendo-se sua função de espaço de convivência coletiva. (MALTA, 2005, p. 128)

Ao abordar questões sobre mobilidade urbana, moradia e segurança, e utilizando como exemplo a sua própria pesquisa, realizada na cidade de São Paulo, o autor conclui que a apesar da negação dos direitos básicos e individuais que caracterizam as metrópoles brasileira, a ocupação de bairros e a promoção de ações coletivas de resgate cultural e social são uma saída possível para a garantia da cidadania, em pequena escala.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Compreendendo o conceito de cidadania relacionado a sociedade urbana, busca-se um paralelo entre a constituição política da sociedade e sua organização socioespacial, entendendo que ambas as variáveis são complementares, e podem ser analisadas e compreendidas no mesmo contexto.

Como sentimento de pertencimento, que une um grupo social naquilo que possui de comum, a cidadania é também um conjunto de direitos políticos e sociais legal e

institucionalmente garantidos, mas que na prática só são aplicáveis a determinadas esferas e classes sociais.

Martín-Barbero amplia a definição de comunicação ao trazer para a dimensão da convivência social e cotidiana das dinâmicas coletivas, entendendo a comunicação como uma forma de interação que permeia todas as esferas e meios sociais, e não apenas como meios de comunicação. Em um contexto sociopolítico em que os costumes são ditados pela indústria cultural, o resgate das culturas locais é um movimento de resistência e promoção da cidadania.

Dessa forma, o autor considera que solução para a silenciamento das tradições históricas provocado pela cultura hegemônica seja a formação de comunidades locais de bairros, associações, etc.

Dessa forma também pensa Cândido Malta, que sob um viés urbanístico compreende que o uso e apropriação dos espaços públicos pelas comunidades é solução para as mazelas provocadas pela hostilidade do ambiente urbano, mal gerido pelas instituições e pelo poder público.

Sendo assim, compreende-se que a promoção da cidadania, sob esse viés, reside na dimensão do cotidiano, e função da comunicação como dinâmica social é resgatar e valorizar aquilo que caracteriza cada comunidade local, buscando formatos que estejam de acordo com as suas dinâmicas culturais específicas. Dessa forma, reforça-se a identidade como sentimento de pertença, fortalecendo os laços das comunidades locais em suas singularidades, a fim de promover uma cidadania que pouco ou nada interessa às instituições e ao governo.

6 REFERÊNCIAS

CORTINA, Adela. **Cidadãos do mundo: por uma teoria da cidadania**. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

MALTA, Cândido. **Práticas cidadãs para uma nova cidade**. In: PINSKY, Jame. *Práticas de Cidadania*. São Paulo: Contexto, 2004

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

MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Dos Meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

SOUZA, Jessé. **A construção social da subcidadania: para uma sociologia política da modernidade periférica**. Belo Horizonte: Editora UFMG; Rio de Janeiro: IUPERJ, 2003.

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
Serviço Social do Comércio – SESC São Paulo
Cátedra UNESCO/UMESP de Comunicação para o Desenvolvimento Regional

PENSACOM BRASIL – São Paulo, SP – 10 e 11 de dezembro de 2018
