

Raquel Paiva
Simone Antoniaci Tuzzo (Orgs.)

COMUNIDADE, MÍDIA E CIDADÊ

Possibilidades comunitárias
na cidade hoje



Raquel Paiva
Simone Antoniaci Tuzzo
(Organizadoras)

COMUNIDADE, MÍDIA E CIDADÊ

Possibilidades comunitárias
na cidade hoje

Goiânia / FIC / UFG
2014

Este é o segundo volume da coleção “Rupturas Metodológicas para uma Leitura Crítica da Mídia”, projeto Casadinho – Procad (CNPq), desenvolvido pelos Programas de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás – UFG e Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ. A coleção apresenta as pesquisas realizadas pelos integrantes do grupo e também pesquisadores convidados. A curadoria é de responsabilidade das professoras Raquel Paiva e Simone Antoniaci Tuzzo.

Título:

Comunidade, mídia e cidade:
possibilidades comunitárias na cidade hoje

Capa:

André Roberto

Projeto Gráfico e Diagramação:

André Roberto e Cir Gráfica

Preparação dos Originais:

Raquel Paiva e Simone Antoniaci Tuzzo

Revisão dos Autores

1. Edição

Todos os direitos reservados e protegidos pela Lei 9.610/98

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
GPT/BC/UFG**

C74 1c

Comunidade, mídia e cidade: possibilidades comunitárias na cidade hoje / Organizadoras: Raquel Paiva, Simone Antoniaci Tuzzo. – Goiânia: FIC / UFG, 2014.

296 p. – (Rupturas metodológicas para uma leitura crítica da mídia; v. 2).

ISBN 978-85-914776-3-0

1. Identidade cultural. 2. Comunicação – Experiências comunitárias. 3. Dialogismo – Jornalismo. I. Paiva, Raquel. II. Tuzzo, Simone Antoniaci. III. Título.

CDU: 316.77

CONSELHO EDITORIAL

Ana Carolina Rocha Pessoa Temer
Universidade Federal de Goiás (UFG)

Claudemilson Fernandes Braga
Universidade Federal de Goiás (UFG)

Daniel Christino
Universidade Federal de Goiás (UFG)

Goiamérico Felício dos Santos
Universidade Federal de Goiás (UFG)

João de Melo Maricato
Universidade Federal de Goiás (UFG)

Lisandro Nogueira
Universidade Federal de Goiás (UFG)

Luiz Antonio Signates Freitas
Universidade Federal de Goiás (UFG)

Magno Luiz Medeiros
Universidade Federal de Goiás (UFG)

Maria Francisca Nogueira
Universidade Federal de Goiás (UFG)

Maria Luisa Mendonça
Universidade Federal de Goiás (UFG)

Simone Antoniaci Tuzzo
Universidade Federal de Goiás (UFG)

Suely Gomes
Universidade Federal de Goiás (UFG)

Tiago Mainieri de Oliveira
Universidade Federal de Goiás (UFG)

CONSULTORES CIENTÍFICOS

Ana Valéria Machado Mendonça
Universidade de Brasília
(UNB)

Antonio Fausto Neto
Universidade do Vale do Rio dos Sinos
(Unisinos)

Eduardo Granja Coutinho
Universidade Federal do Rio de Janeiro
(UFRJ)

Jairo Ferreira
Universidade do Vale do Rio dos Sinos
(Unisinos)

José Wagner Ribeiro
Universidade Federal do Alagoas
(UFAL)

José Luiz Braga
Universidade do Vale do Rio dos Sinos
(Unisinos)

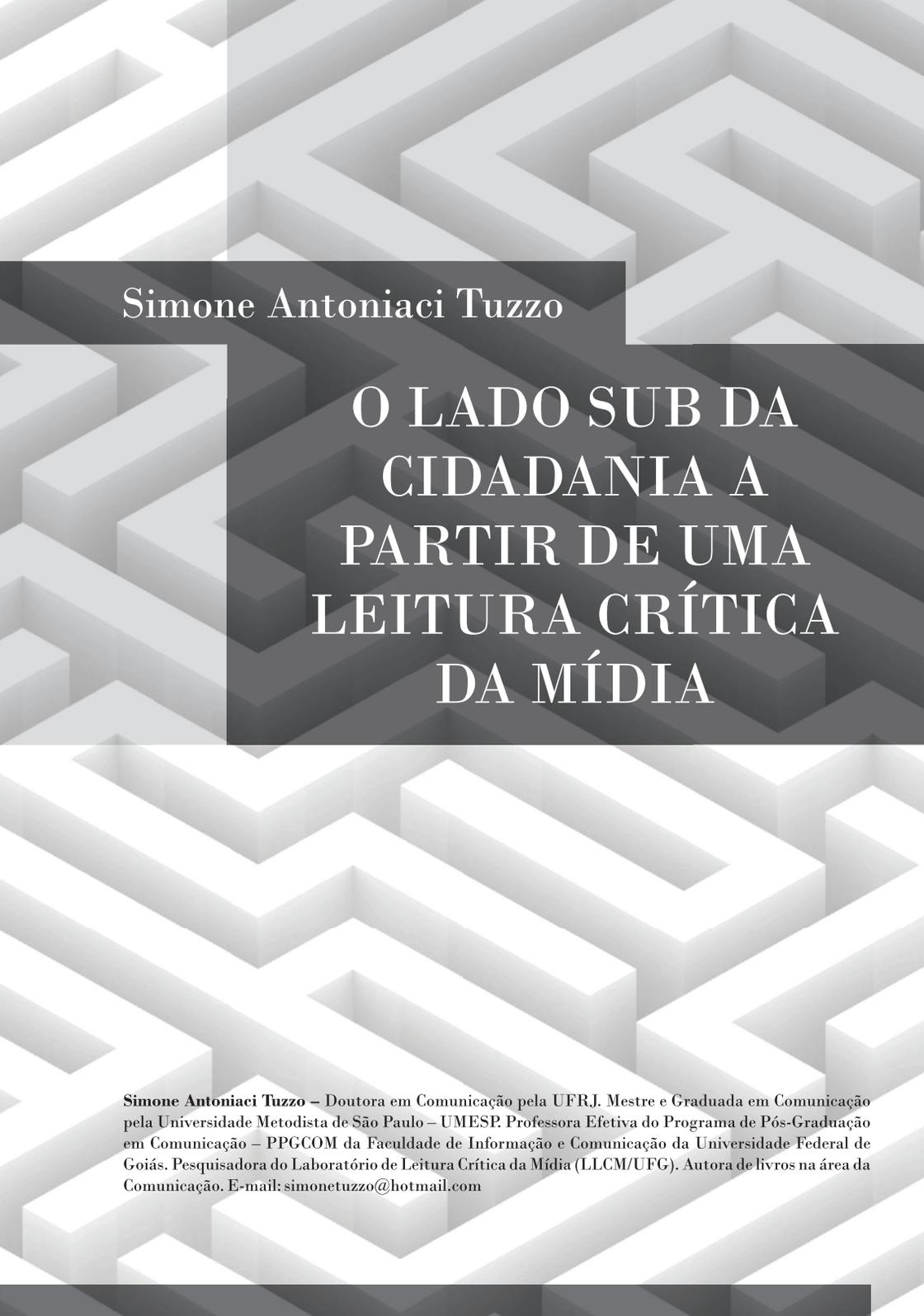
Maria Aparecida Baccega
Escola Superior de Propaganda e Marketing
(ESPM)

Marcia Perencin Tondato
Escola Superior de Propaganda e Marketing,
(ESPM)

Muniz Sodré de Araújo Cabral
Universidade Federal do Rio de Janeiro
(UFRJ)

Pe. Pedro Gomes
Universidade do Vale do Rio dos Sinos
(Unisinos)

Raquel Paiva de Araújo Soares
Universidade Federal do Rio de Janeiro
(UFRJ)



Simone Antoniaci Tuzzo

O LADO SUB DA
CIDADANIA A
PARTIR DE UMA
LEITURA CRÍTICA
DA MÍDIA

Simone Antoniaci Tuzzo – Doutora em Comunicação pela UFRJ. Mestre e Graduada em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo – UMESP. Professora Efetiva do Programa de Pós-Graduação em Comunicação – PPGCOM da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás. Pesquisadora do Laboratório de Leitura Crítica da Mídia (LLCM/UFG). Autora de livros na área da Comunicação. E-mail: simonetuzzo@hotmail.com

O lado *Sub* da Cidadania a partir de uma leitura crítica da Mídia¹

*Simone Antoniaci Tuzzo*²

Pra começar... do que estamos falando?

De alguma forma a sociedade se acostuma com algumas palavras e os seus significados implícitos e consagrados pelo tempo, sacramentados pelas teorias clássicas, reafirmados nos discursos teóricos, acabam se tornando inquestionáveis. Contudo, o significado das palavras pode sofrer modificações a partir do uso. A língua é viva, adaptável a cada cultura, geração, forma de existência social e o uso que se faz de uma palavra pode modificar completamente o significado para o qual foi criado.

Contudo, nem sempre as pessoas se dão conta de que o que estão dizendo pode não expressar o que significa na teoria, sobretudo porque não há questionamentos, só uso, sem crítica, sem reflexão.

Diante dessa perspectiva, a palavra cidadania é colocada em questionamento. Não exatamente sobre o seu significado clássico, aquilo que efetivamente significa, mas aquilo que a mídia tem utilizado como o significado da palavra, aquilo em que a palavra se transformou e o uso que se faz dela. A representação da cidadania pela mídia. Assim como no caso da cidadania, a mídia se apropria de determinados termos e lhes dá novo significado.

Isso, talvez não tivesse muita importância, se o subjuntivo não tivesse por trás desse significado e se aquilo que se quer dizer é dito, com

¹Este trabalho é resultado de leituras, reflexões e pesquisas de campo realizadas coletivamente no âmbito da disciplina “Cidadania e Leitura Crítica da Mídia”, ministrada pela professora Simone Antoniaci Tuzzo junto ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás (PPGCOM/FIC/UFG). O curso foi realizado no segundo semestre de 2013. Também envolveu os pesquisadores do Laboratório de Leitura Crítica da Mídia (LLCM/UFG).

²Artigo produzido pela Profa. Dra. Simone Antoniaci Tuzzo e os alunos matriculados na disciplina “Cidadania e Leitura Crítica da Mídia”: Adriana Oliveira; Ana Manuela Arantes Costa; André Almeida Nunes; Bruna Ribeiro; Delfino Curado Adorno; Lara Guerreiro; Letícia Fernanda Vieira Santana; Luiza Ribeiro; Marcelo dos Santos Cordeiro; Nauália Gabrielle Amaral Teixeira.

um novo significado, mas respaldado nos conceitos antigos daquilo que efetivamente deveria ter sido dito. Fala-se algo que se quer dizer, mas para não chocar ninguém, esconde-se por trás do que deveria ser dito.

Souza (2003), firmado nas ideias de Bordieu e Taylor, explica o processo afirmando que a sociedade moderna se singulariza pela produção de uma configuração, formada pelas ilusões do sentido imediato e cotidiano que produzem um “desconhecimento específico” dos atores acerca de suas próprias condições de vida.

Sodré afirma que “habituaamo-nos a entender as palavras [...] por muito pouco de seu amplo alcance semântico [...], mas a palavra guarda historicamente como reserva o sentido forte, simbólico, de afinamento ou garantia de uma posição (ética) de autonomia existencial”. (2012, p. 210). Na verdade, o signo é sempre menor e menos complexo do que aquilo que representa.

Enfim, esse estudo é guiado por uma inquietação do que a mídia apresenta como cidadão. O que é cidadania e subcidadania no discurso midiático brasileiro a partir da televisão, rádio, revistas, internet. Importante frisar que não devemos desconsiderar que o conceito de cidadania tem se modificado e se ampliado ao longo do tempo, tendo em vista estar em constante construção, uma vez que a cidadania faz referência a um conjunto de parâmetros sociais.

Ser cidadão é uma busca pela cidadania clássica de direitos e deveres consagrados pelos integrantes da cidade? A cidadania na mídia é algo real ou algo em construção a depender do que cada indivíduo representa nessa sociedade? Será que a cidadania é um sinônimo da palavra sujeito e o seu significado identitário não tem mais a importância da sua relação de direitos e deveres, mas sim de uma indicação de que representa uma pessoa?

Mas as inquietações vão além, pois, se tudo é cidadania, obter um dos pontos declarados de pertencimento social já faz de cada pessoa um cidadão? Quantos elementos constitutivos da cidadania são necessários para fazer com que uma pessoa seja considerada cidadã? A falta de um dos elementos considerados essenciais para a construção da

cidadania torna uma pessoa menos cidadã, ou subcidadã? Se o direito à informação está inserido no processo de construção da cidadania, a participação dos indivíduos nos meios de comunicação de massa, com direito a voz, torna-os mais cidadãos do que aqueles que não possuem acesso? O consumo na sociedade moderna é a garantia de ser identificado como cidadão, tendo em vista que só consome quem tem dinheiro e, portanto, faz parte da cadeia de desenvolvimento social?

Pensar a palavra como ponto de desconstrução

Há palavras que, na esfera dos conceitos, prosperam precisamente no terreno movediço de sua própria ambiguidade. Foi assim com “cultura” desde o século XIX (vale lembrar suas quase duzentas definições arroladas por Kroeber e Kluckhohn). Tem sido assim com “comunicação”. A cultura alternou sempre a ideia (antropológica) de totalidade da experiência social ou rede total de relações de sentido com a ideia (sociológica) de dimensão elevada e crítica da representação. A comunicação, por sua vez, serviu de ponte para a ideia de democratização ou popularização da cultura. Desde a década de 60 do século passado, nenhuma palavra associada às noções de modernidade, vinculação social e democracia de massa teve maior penetração no espaço público do que *comunicação*, apesar de sua conhecida incerteza semântica. (SODRÉ, 2013, p. 17)

Como apresentado por Muniz Sodré, pensar os termos como forma de reconstruir as apropriações de significado na sociedade é algo, de certa forma, comum, nas ciências da comunicação. Além dos termos citados, poderemos tomar como exemplo um questionamento sobre a forma de recepção dos produtos dos meios de comunicação de massa e seus efeitos na sociedade, aquilo que, de fato, é passado para a população sob o título de cultura de massa, ou indústria cultural, ou ainda, como prefere chamar Bosi (1999, p. 320), cultura para as massas. Tuzzo afirma que:

Para pensarmos sobre a recepção de mensagens pela massa, importante resgatar a discussão sobre a troca do termo cultura de massa, proposto por Theodor W. Adorno no início de 1947, quando o pensador substituiu a nomenclatura para indústria cultural, na sua obra produzida em parceria com Max Horkheimer. Para eles, o termo *indústria* fazia alusão ao complexo de produção de bens simbólicos, introduzindo a idéia de produção em série para a cultura; o termo *cultural* foi adotado para elucidar o tipo desses bens. (TUZZO, 2005, p. 37)

Para citar outro exemplo, o binômio opinião pública também é alvo de inquietação sobre aquilo que significa e a forma como é apropriado pelos discursos midiáticos. Opinião pública é um binômio de domínio lingüístico para toda a sociedade, porém de conhecimento para poucos. Suas aplicações nos discursos cotidianos da mídia e dos atores sociais nem sempre traduzem seu real significado. Sua forma de construção nem sempre representa a vontade e as ideias da grande massa, mas sim refere-se a uma relação com públicos, muito mais no sentido de opinião de públicos distintos e não de publicização dos conceitos. (Sobre isso ler *Deslumbramento Coletivo*, TUZZO, 2005).

Dentro dessa perspectiva há uma inquietação sobre a cidadania no Brasil e a sua relação com os discursos da mídia. Para pensarmos sobre o significado da cidadania, podemos nos guiar pelos estudos de Bordenave (2009), primeiramente sobre o símbolo, como algo que “nasce da necessidade que temos os humanos de partilhar, com os outros, o que pensamos e sentimos” (2009, p. 40), avançando para os signos “que são qualquer coisa, ou estímulo físico, utilizados para representar objetos, qualidades, ideias ou eventos [...] e no conjunto de signos também estão as palavras que, servem para intermediar os mundos de experiências vividas.” (2009, p. 40 e 41).

Mais que isso, Bordenave afirma que “outra maravilhosa propriedade dos signos é chamada *conotação* e consiste em sua capacidade de despertar um significado complementar, diferente do significado pura-

mente *denotativo* ou indicativo do signo.” (2009, p. 50). Dessa forma, a mídia “aproveita essa capacidade associativa entre um signo e outro para estimular associações relacionadas com as motivações básicas humanas” (2009, p. 50), mas isso, ainda segundo Bordenave, não é ruim, pois “graças à função conotativa a linguagem humana se enriquece constantemente de novas expressões simbólicas [...] novas metáforas e alegorias se incorporam à linguagem, pois o significado dos signos não está neles, mas na mente das pessoas.” (BORDENAVE, 2009, p. 50 a 52)

Como reforço nos guiaremos também pelos estudos de Barthes (1985) que, baseado em Saurure (considerado pai da lingüística moderna) afirma que:

Saurure trabalhou com um sistema semiológico específico, mas metodologicamente exemplar – a língua – o significado é o conceito, o significante é a imagem acústica (de ordem psíquica), e a relação entre o conceito e a imagem é o signo (a palavra, por exemplo), entidade concreta. (BARTHES, 1985, p. 135)

Signo é a relação entre o significante (a língua, com as palavras e os símbolos que expressam o sentido); significado (que se encontra no âmbito do abstrato e tem relação com o imaginário, o pensamento, a memória) e por último o referente, o concreto, que na mente do receptor é compreendido como o significado.

Para Cheida (2010), existe uma relação com o mito que, como sistema simbólico e instrumento de conhecimento e de comunicação é um sistema semiológico, construído na e pela fala e, portanto, age de modo a deslocar o sistema formal das primeiras significações. Para ele:

O mito é classificado como metalinguagem, porque é uma segunda língua, na qual se fala da primeira. Ao aplicarmos o modelo à leitura crítica do noticiário, o termo cidadania/cidadão foi eleito como objeto de análise para validar a hipótese de como os relatos jornalísticos constituem mitos semiológicos, num deslocamento do sentido

original e formal do termo. Ao redigir o jornalista esva-
zia, esgota e sentido originário do termo para na forma
preenchê-la com novo conteúdo, num processo manipu-
lador de conteúdos. (CHEIDA, 2010, p. 39 e 40)

Apropriando-nos do pensamento acima, poderíamos propor a
troca dos termos relatos jornalísticos e jornalistas, para mídia, porque
o que vemos é não somente o jornalismo tendo um comportamento de
reforço sobre isso, mas toda a mídia.

Dessa forma, ainda na visão de Cheida (2010), o termo cidadão/ci-
dadania carrega uma significação primária de significado, mas o termo se
transpôs para designar ações de filantropia e solidariedade, por exemplo.

Nesse pensamento crítico de reflexão sobre os termos cidadania/
cidadão, Carvalho (2010) narra a voga que assumiu a palavra cidadania:

Políticos, jornalistas, intelectuais, líderes sindicais, diri-
gentes de associações, simples cidadãos, todos a adotaram.
A cidadania, literalmente, caiu na boca do povo. Mais ain-
da, ela substituiu o próprio povo na retórica política. Não se
diz mais ‘o povo quer isso ou aquilo’, diz-se ‘a cidadania
quer’. Cidadania virou gente. (CARVALHO, 2010, p. 7)

Nesse contexto, podemos pensar que povo também virou sinô-
nimo de cidadania, assim como tudo o que envolve o significado de
subcidadania. A busca pelo significado da palavra subcidadania no dis-
curso midiático também carece de reflexão e de desconstrução, afinal,
se a condição da subcidadania é a busca pela cidadania, falar de cida-
dania na ressignificação midiática é o significado de subcidadania e não
de cidadania em si.

A leitura crítica como estratégia para o entendimento da mídia

Trata-se de um desafio teórico significativo, pois inclui uma ava-
liação histórico-contextual e sociocultural de um pensamento crítico
sobre a mídia iniciado por Theodor Adorno e Max Horkheimer, pilares

básicos dos estudos que deram origem ao que hoje denominamos de Teoria Crítica, por isso é importante identificar os elementos básicos deste pensamento a partir das condições históricas específicas nas quais eles foram produzidos, de forma a identificar diretrizes conceituais básicas ao pensamento crítico transformador.

A perspectiva adotada, portanto, é que a contradição, a argumentação discordante, é o elemento básico para um verdadeiro crescimento social, mas também o motor de um pensamento dinâmico. Neste ponto emerge também uma relação dialética na relação entre a teoria e a prática – questão sempre presente nos estudos sobre comunicação – uma vez que a primeira atua sobre a outra, em um processo de questionamentos e negação/reação/contradição.

O objeto de estudo é a representação da palavra Cidadania pelos meios de comunicação de massa. O que se define por cidadania na mídia nos dias atuais. A proposta de reinterpretação consiste na revisão teórica e metodológica do histórico processo de Leitura Crítica da Comunicação, desde sua implementação nos anos 1970. Sobre este ponto é importante destacar a Leitura Crítica da Mídia, que, apesar de suas relações mais recentes com a pesquisa em Comunicação no Brasil, tem suas bases ligadas à hermenêutica e ao embasamento crítico desenvolvido pelos teóricos do que se convencionou chamar Escola de Frankfurt.

Entende-se também que essa releitura, bem como a investigação da produção científica na área da comunicação, contribui para a concepção de um método, de análise crítica da produção midiática nos dias atuais objetivamente voltados para os estudos da mídia em suas várias manifestações, a saber: as mídias hegemônicas e contra-hegemônicas, as produções elaboradas para/ou que tem origem em grupos sociais marginalizados ou comunidades identitárias a margens dos processos tradicionais de consumo dos produtos midiáticos. Nesta proposta de pesquisa, portanto, o ponto de partida é o entendimento da crítica como possibilidade de re-descobrir – o lançar um novo olhar – mais profundo, que permita desconstruir a realidade e a partir daí lance bases para propostas de transformação.

Dessa forma, parte-se de um processo de teorização do problema a partir do que a questão central apresenta como centro investigativo, com pesquisa de campo e pesquisas bibliográficas. Neste caso, a Mídia e a Cidadania são pontos de partida de uma interlocução que envolve a análise de discurso e a análise de conteúdo da mídia impressa e eletrônica para se pensar a questão central: “O que é cidadania no discurso midiático?”.

Cidadania vem de cidade ou vem da mídia?

Os princípios de proteção de valores humanos são muito antigos, podendo ser encontrados na civilização babilônica no Código de Hamurabi (um “monólito” de granito com 2,25 m de altura, por 1,90 m de circunferência na base e com 1,50 m de circunferência no topo, onde estão registrados 282 artigos de “lei”, em escrita cuneiforme, com aproximadamente 3.600 palavras, datado de 1700 a.C.) e que já continha em seus escritos a liberdade, a divisão da sociedade em classes sociais e a importância do dinheiro.

O conceito de cidadania, contudo, é mais novo, e remonta ao mundo Greco-romano. Para Temer, Tondato e Tuzzo (2012), o conceito possui dupla raiz, na vertente grega, está mais relacionada à questão social e na vertente romana, mais relacionada aos aspectos políticos.

Da Grécia antiga herdamos o conceito de organização social com Cidades-Estados, e os indivíduos que ali viviam estavam sob as normas políticas da *polis* – cidade, e normas sociais, onde determinadas pessoas podiam participar das decisões políticas da comunidade, com discussões realizadas em praça pública – *ágora*. Deste cenário estavam excluídos os jovens, as mulheres, os escravos e os miseráveis.

Da Roma antiga herdamos a origem da palavra cidadania. Segundo Funari (2008), cidadania deriva do latim *ciuis*, que significa *ser livre*. O radical *ciuis* gerou *ciuita*, que significa cidade, cidadania e Estado. Na concepção romana, só há cidade se houver cidadãos, e o conjunto dos cidadãos forma a cidade, a coletividade. Desde a raiz latina, a palavra invoca o direito à liberdade.

O conceito mais formal de cidadania aceito no passado era sinônimo de membro respeitável com poderes e prerrogativas especiais em uma comunidade, com direito à participação política, à influência, à vez e voz. Assim, os patrícios (descendentes dos fundadores de Roma) eram os únicos cidadãos de pleno direito (proprietários, monopólio na ocupação dos cargos públicos e religiosos). Para Medeiros:

À luz dos legados históricos, principalmente romano, o conceito moderno de cidadania remete às concepções forjadas por ocasião das revoluções burguesas do século XIII. Assim, na era moderna, quando afirmamos que uma dada sociedade luta pela construção da cidadania, estamos pressupondo a luta pelos ideais de liberdade, igualdade, fraternidade, dentre outros direitos civis, políticos e sociais. (MEDEIROS, 2013, p. 6):

A cidadania como conceito é uma condição a todos que pertencem a uma determinada nação. Ser cidadão é ter os direitos e deveres de uma determinada localidade, por isso a cidadania Brasileira é diferente da Cidadania Italiana, Portuguesa, Chinesa, por exemplo. No sentido ideal, a cidadania representa muito mais do que nascer, mas, sobretudo, significa o existir socialmente.

O termo cidadania é histórico-social e depende do ambiente e das condições sociais em que uma pessoa está inserida, por isso a necessidade de também pensarmos a questão da sociabilidade que naturalmente torna um ser humano capaz de conviver em sociedade por meio da socialização, ou seja, a integração dos indivíduos em um grupo marcado por hábitos, costumes e regras específicas. Por conseguinte, um processo de conquistas e sempre em construção! “O cidadão deve ser o sujeito da história, da sua própria história e, com outros cidadãos, da história de sua comunidade, de sua cidade, de sua nação, de seu mundo.” (Temer, Tondato e Tuzzo, 2012, p. 52).

Contudo, pensar em cidadania no discurso midiático é algo que extrapola os conceitos clássicos daquilo que é cidadania e de tal forma

se esgota, fazendo com que tudo hoje seja sinônimo de construção de cidadania. Na verdade não é o significado de cidadania a preocupação central deste estudo, mas sim, o que a mídia apresenta como cidadania, a representação do que seja cidadania.

E, ao se pensar na construção da cidadania como cidadania em si, também nos reportamos ao significado de subcidadania. Para se investigar o que a mídia apresenta como cidadania e subcidadania, é importante resgatar o significado das palavras.

Subcidadania seria, via de regra, aquilo que está abaixo da cidadania, o que falta para ser cidadão significa ser um subcidadão. Para Souza (2003), trata-se da “ralé estrutural brasileira”. Para o autor, explicar a subcidadania tem origem na existência do negro na sociedade, mas vai além, classificando que tanto negros quanto brancos sem qualificação adequada são desclassificados e marginalizados de forma permanente. Logo, já não se trata somente da cor, mas também de uma relação socioeconômica estrutural, no que o autor chamou de “superação da confusão entre habitus e cor”. (SOUZA, 2003, p.163).

Souza (2003) propõe uma hierarquia para explicar o processo da subcidadania, no que chamou de “pluralidade de habitus”. Se utilizando dos termos “habitus primários”, “habitus secundários” e “habitus precários”. Para ele, o Habitus primário seria a noção de dignidade, que aqui chamaremos de cidadão. O “habitus precário” seria o que está abaixo do “habitus primário”, aquele indivíduo que ainda não alcançou o direito de gozar de reconhecimento social com tudo o que essa expressão envolve, desde participação política, econômica, índice de produtividade e utilidade no grupo social em que está inserido, portanto, aqui, para este trabalho poderia ser chamado de subcidadão. Mas Souza (2003) vai além, classificando que existe um “habitus secundário”, ou seja, o que está acima do “habitus primário”, que pressupõe o reconhecimento e o respeito da sociedade. Seria então esse indivíduo a celebridade midiática, para quem o próprio conceito de cidadania já não basta? Já que para Souza (2003) o integrante da camada do “habitus secundário” tem a ver com a apropriação seletiva de bens e recursos escassos e constitui contextos

cristalizados e tendencialmente permanentes de desigualdade.

Mas para explicar melhor o conceito de subcidadania, além do habitus, Souza (2003, p. 65) apresenta o conceito de Kreckel: “ideologia do desempenho”, que seria uma tentativa de elaborar um princípio único, não só marcado pela propriedade econômica, que certamente se constitui na mais importante forma de legitimação da desigualdade no mundo moderno. “Para ele, a ideologia do desempenho baseia-se na ‘tríade meritocrática’ que envolve qualificação, posição e salário”. Dessa forma, funcionaria como uma legitimação subpolítica do cotidiano, refletindo a eficácia de princípios funcionais firmados em instituições não transparentes como mercado e Estado. O hábitus precário somado a essa ideologia fortalece a constituição e a manutenção da pobreza, da “ralé” estrutural brasileira, do cidadão periférico, ou, nas palavras de Jessé, da subcidadania. Que é o contrário de “gente” ou “cidadão-pleno”.

Da mesma forma, para trabalhar com o discurso midiático sobre cidadania, precisamos entender a definição do conceito. Carvalho (2012) divide a conquista da cidadania em três chaves de direitos: Civis, políticos e sociais. O autor aponta também duas questões, que vão além do positivismo, fundamentais na construção da cidadania em um país: a lealdade a um estado e a identidade nacional.

Jaime Pinsky afirma que:

Ser cidadão é ter direito à vida, à liberdade, à propriedade, à igualdade perante a lei: é, em resumo, ter direitos civis. É também participar no destino da sociedade, votar, ser votado, ter direitos políticos. Os direitos civis e políticos não asseguram a democracia sem os direitos sociais, aqueles que garantem a participação do indivíduo na riqueza coletiva: o direito à educação, ao trabalho, ao salário justo, à saúde, a uma velhice tranquila. Exercer a cidadania plena é ter direitos civis, políticos e sociais, fruto de um longo processo histórico que levou a sociedade ocidental a conquistar parte desses direitos. (JAIME PINSKY, 2003, p. 32)

Considerando que a cidadania como pertencimento passa pela validação social do papel do indivíduo e de seu reconhecimento como parte igual dentro da sociedade, a mídia então revela-se um instrumento de construção de identidade, descobrimento do outro e alcance de visibilidade dentro da sociedade. Isso resulta na definição desta como parte integrante da busca e conquista da cidadania no mundo mediado. “Assim como a comunicação, o objetivo da cidadania é a inserção do indivíduo na vida social” (Temer; Tondato, 2009, p.79).

Podemos também recorrer à Marschall que apresenta a cidadania em três etapas: Civil (instituída no século 18), política (no século 19) e social (instituída no século 20). (Sobre isso, ler Marschall, T.H., 1967). Paiva e Sodré (2013), contudo, discutem a questão com uma reflexão sobre o significado de cidadania que fazia referência ao bem-estar coletivo, que se perde e chega à atualidade com a clara emergência do consumidor como novo sujeito social e, portanto, contrário à questão do cidadão como coletivo. Textualmente afirmam que: “enfraquece-se, aí, a ficção histórica da cidadania [...] e emerge a figura do consumidor como novo sujeito social [...] o contrário do cidadão” (Paiva e Sodré, 2013, p. 53).

Para Paiva e Sodré (2013), o consumo redefine o cidadão moderno, sobretudo por ser um consumo de aparência, voltado para a glória do consumidor, feito para impressionar o outro. Uma relação que nasce com a elite, mas que se recria nas classes sociais mais baixas atualmente. Neste sentido, a mídia se coloca como a substituta de uma relação que existia diretamente entre cidadão e Estado e se firma como a interlocutora do processo de interrelação entre cidadão e sociedade. Para Paiva e Sodré (2013, p. 54), “se funda a cidadania no consumo”. Nessa lógica, quem consome é cidadão.

Como reforço a essa ideia, podemos considerar que na sociedade moderna os quatro pilares de referência histórica foram sendo, gradativamente, descredenciados pelos indivíduos, ou seja, os quatro “Ps” de pai, pastor/padre, professor e político, que serviam de modelos para o comportamento social foram substituídos pela mídia. A família, a igreja, a escola e a política não possuem mais a forte referência para

a formação do cidadão, que se molda muito mais nos modelos célebres ditados pelos meios de comunicação de massa.

Importante destacar que há uma herança histórica e evolutiva desse processo, que nasce com a composição da cidade, anteriormente abrigando as pessoas nas calçadas e nas ruas, como a própria extensão de suas residências, algo como uma extensão da polis grega, onde as discussões eram feitas em grupo, com cadeiras nas calçadas e crianças a brincar nas ruas enquanto os pais falavam de religião, família, política e educação. A rua era o palco das interações e não era algo abstrato, pública no sentido de todos, mas o local de existência de uma determinada comunidade que se apropriava da rua para desenvolvimento e compreensão social. O vizinho era o interlocutor, a ligação com o mundo.

Para as crianças e os jovens a rua também tinha o papel da interação social, com as brincadeiras e a descoberta do que era viver em sociedade. O aprender a partilhar, a se defender, a brincar e a compreender a sociedade. Para Rodrigues (2013)

A rua era assim sobretudo experiência sensorial, formada por um coquetel de cheiros e de sons familiares, que contribuíam para a identificação e para o reconhecimento de lugares e de momentos familiares. Esta rua familiar e densa parece estar hoje moribunda, ao cabo de um imperceptível, mas acelerado processo de decadência e agonia. Em poucas décadas, foi-se tornando num território rarefeito, liso, parecendo mais resgate da experiência nómada do território [...]O processo de decadência da rua não é, no entanto, recente [...] A decadência da rua apenas se acelerou ao longo do último século.

A cidade se modificou e diversos fatores, como a segurança, por exemplo, fizeram com que as pessoas se recolhessem para as salas de suas casas e a extensão de seus lares se consolidou na tela da TV. Dessa forma, a legitimidade creditada à mídia foi dada pela própria sociedade, ao transferir os diálogos das ruas para o monólogo da mídia. Sobre diálogo e monólogo, pode-se recorrer a Sodré (1984), que afirma

que no diálogo, a comunicação se revela como troca, possibilitando o conhecimento recíproco entre os sujeitos e o conhecimento de si mesmo, mas a moderna relação informativa [Sodré, fala especificamente da televisão], ao contrário do diálogo, pressupõe a organização do ato de falar caracterizada por uma mediação tecnologizada entre falante e ouvinte. Dessa forma, é praticamente absoluto o poder de quem fala sobre quem ouve.

Rodrigues (2013) corrobora, afirmando que de território de interação, de troca da palavra viva, a rua parece ter sido substituída por um outro território, o das narrativas fragmentárias da informação midiática.

Sobre isso, podemos então pensar que a relação de cidadania foi transferida das ruas, da cidade para uma relação existencial transmitida pelos meios de comunicação, o que nos faz refletir sobre a possibilidade do reconhecimento do que seja ser cidadão ser recriado pela mídia, que redefina o conceito e reapropriar de valores o cidadão atual. Não se trata necessariamente de um simulacro, mas de uma ressignificação de sentidos.

A ressignificação da cidadania no discurso midiático

Em pesquisa realizada com a mídia impressa e eletrônica, no período de 30 de agosto a 05 de dezembro de 2013, foram analisados os significados utilizados para a palavra cidadania e se a mídia trabalha também com o conceito de subcidadania, ou seja, palavras que explicassem o que a mídia apresenta por cidadania, a partir de matérias, artigos, reportagens, programas, enfim, o discurso midiático de forma geral atrelado ao conceito de cidadania.

Nos discursos midiáticos é comum encontrarmos o termo **desejo de cidadania**. Considerando que o desejo é uma **expressão de falta**, desejar cidadania é um reforço de discurso de que ela não existe pra todos.

A mídia como reorganizadora de sentidos passa a desempenhar um papel importante na construção daquilo que é ser cidadão, ou seja, o que a mídia entende e divulga como sendo cidadania é o que a sociedade compreenderá como sendo real.

A opção pela análise de discurso se pauta por sua característica de:

produzir enunciados teóricos, científicos, portanto lógicos acerca da realidade, a partir da sua observação subjetiva [...] ter ciência de alguma coisa significa, portanto, ser capaz de recortar no tempo e de separar no espaço a complexidade da realidade, tornando-a acessível por um discurso metódico. (TRIGO, 2011, p. 285)

Como categoria de método empírico, a análise de discurso pode ser descrita como:

Análise qualitativa, por vezes crítica, do discurso jornalístico, surja este como texto, imagens, sons, multimídia ou hipermídia. Englobaram-se nessa categoria metodológica, as análises semióticas e psicanalíticas do discurso jornalístico, a análise conversacional e a análise linguística (títulos e notícias). (SOUZA, 2011, p. 314).

Na análise de discurso da mídia foram encontradas expressões de todos os sentidos, desde os mais comuns como a relação entre cidadania e solidariedade, até termos incompreensíveis como a referência de que “a pessoa deve ser dotada de cidadania”. Mas o que significa ser dotado de cidadania? Cidadania passa a ser algo nato ou de inspiração divina distribuída para algumas pessoas mais importantes do que outras menos favorecidas?

Com relação às rádios: Interativa Goiânia, Rádio Difusora Goiânia, Rádio Cidadã FM de São Paulo, Rádio educativa de Iporá-Goiás, escolhidas aleatoriamente, os principais termos atrelados à palavra Cidadania foram encontrados nos nomes dos programas e em slogans de emissoras como Cidadania FM – “A rádio do povão”, Programa Cidadania – “a voz do povo” e “amizade com o cidadão”.

A característica principal destas emissoras é a programação musical, onde prevalecem os ritmos mais populares de cada localidade e os programas direcionados ao público de poder econômico mais baixo, como donas-de-casa e empregadas domésticas. O mote são as notícias

policiais, leitura de cartas, promoções e assistencialismo. Encontra-se também o termo cidadania relacionado a emissoras de rádio comunitárias onde os programas versam principalmente em campanhas de distribuição de alimentos e roupas, trabalhos comunitários, sustentabilidade, doações.

Em outro âmbito foram encontrados vinculados à palavra cidadania, termos relacionados à justiça ou ao direito, como no programa “Cidadania e Justiça”, lançado pela Associação de Magistrados Brasileiros e tema na programação da Rádio Nacional em setembro de 2013, “Ouvidoria e Cidadania”, na Rádio Inconfidência de Minas Gerais, programa “Cidadania, Direitos e Deveres”, da Rádio Andaiá da Bahia e o programa “Cidadania e Meio Ambiente” da Rádio Universitária 96 FM da Universidade Federal do Amapá, o que demonstra a abrangência da significação atribuída à palavra cidadania atualmente.

Com relação à televisão, os principais termos atrelados à palavra Cidadania foram: educação, ecologia, universidade, doação, grátis, bairro, ação global, política, celebridade, direito, colunas sociais, serviços públicos, igualitário, coletivo, sustentabilidade, segurança ação, horta, plantação, meio ambiente, criança esperança, transporte, temas sociais, problemas sociais, saúde precária, lixo, esgoto, bairro. Chama atenção o fato do Programa Globo Cidadania ser transmitido às 6 horas da manhã, ou seja, um horário não privilegiado em termos de exposição televisiva.

A primeira análise da televisão foi feita a partir de desenhos animados, a fim de ser verificada a possível existência do conceito de cidadania em um discurso infantil. Os desenhos escolhidos foram Turma da Mônica e Doki, ou seja, um de produção nacional e outro de produção internacional. Para o estudo foram analisados 10 episódios de cada desenho.

Turma da Mônica já é conhecida pelos brasileiros há mais de cinquenta anos. Saiu dos gibis e foi para as telinhas em julho de 2010 transmitido na TV Globo. Doki é o mascote que está presente nos intervalos das atrações do canal fechado *Discovery Kids*, dando dicas para as crianças e fazendo-as participar de desafios. Doki também protagoniza *As Aventuras de Doki*, e com seus amigos de diferentes espécies viajam pelo mundo, se deparam com situações e solucionam os proble-

mas que aparecem.

Nos dois desenhos percebe-se que o termo cidadania ou cidadão não foram mencionados pelos personagens, ou seja, a palavra não é dita, mas há constantemente exemplos de cidadania. Fazendo uma leitura crítica dos desenhos, há a demonstração da preocupação com o meio ambiente, principalmente no Doki. Os personagens da Turma da Mônica têm direito à moradia, à comida, à educação. Nos dois desenhos há a ideia de andar em turma com seus amigos e de ajudar uns aos outros. Ainda que não seja possível analisar o uso da palavra cidadania, há sempre uma mensagem subliminar de seu significado nos desenhos.

Ainda na TV, foram analisadas duas revistas eletrônicas, ou seja, o programa *Mais Você*, veiculado na Rede Globo de televisão pela apresentadora Ana Maria Braga e o *Hoje em Dia*, veiculado pela Rede Record, pelos apresentadores, Chris Flores, Edu Guedes e Celso Zucatelli. Verifica-se que são programas femininos totalmente ligados à lógica do consumo. Esses programas são voltados para o público feminino como foco de entretenimento: culinária, decoração, bem estar, inclusão de ações de serviços e senso de comunidade. Nesses programas a cidadania é retratada como direito aos serviços básicos para o indivíduo (direito a um transporte público de qualidade, direitos do consumidor, segurança, educação, saúde, moradia) e também como o direito ao consumo.

Há uma ênfase na importância para o consumo de produtos que ajudarão a mulher moderna que também é dona de casa, trazendo maior agilidade nos serviços domésticos, proporcionando maior tempo para cuidar de tudo o que é imposto pela sociedade como beleza, trabalho, amor. A inclusão de *merchandisings* reforça esse conceito. A cidadania, portanto, assume duas leituras dentro desses programas, consumo e os direitos e deveres básicos do cidadão. Para isso existem matérias informativas como a explicação sobre o Microempreendedor Individual (MEI), por exemplo, e a explicação sobre o sistema tributário para que os brasileiros formalizem os seus negócios. Neste sentido, fica clara a relação da mulher e o trabalho. Para Temer, Tondato e Tuzzo (2012, p. 55), “o consumo ratifica a identidade cidadã da mulher”.

No tocante à culinária, o fato mais interessante é a ênfase em pratos típicos da mesa de classes sociais mais altas, ou pratos que são servidos em restaurantes não acessíveis às classes C, D ou E. Assim, ensinar a fazer em casa aquilo que não se pode ter acesso fora. Há momentos em que fica claro o restaurante que serve este ou aquele prato, para que a receita fique com mais glamour. Há uma celebração da culinária. Sobre isso podemos fazer uma reflexão, ou seja, ensinar a culinária do rico para o pobre reforça o discurso hegemônico de que as coisas do rico merecem e devem ser copiadas, porque são melhores? Incorporar a culinária das classes mais altas na mesa dos menos favorecidos economicamente os torna mais cidadãos no sentido de que a busca pela cidadania perpassa pelos acessos?

Nesses programas, as matérias sobre viagens também merecem destaque, pois, em sua maioria, os lugares apresentados são acessíveis às classes sociais mais altas, sobretudo em viagens internacionais... mas qual seria exatamente o sentido dessas matérias? Informação? Acesso? Forma de pertencimento pela mídia tendo em vista que isso não é possível de forma presencial?

Também foi analisado o quadro “O bairro que eu tenho, o bairro que eu quero”, exibido no telejornal regional (Goiás) “Jornal Anhanguera” da TV Anhanguera, afiliada da Rede Globo, em três versões diárias. Apesar da palavra cidadania não constar no título do programa, o termo é utilizado constantemente nas reportagens. O projeto se apresenta com a finalidade de dar oportunidade para moradores de bairros periféricos da capital goiana e do município de Aparecida de Goiânia (GO), de apontarem o que seus bairros tem de melhor e de pior a partir de uma urna cedida pelo TER (Tribunal Regional Eleitoral). A TV entrevista pessoas do bairro e também de órgãos governamentais responsáveis pelas soluções dos problemas e se coloca como uma interlocutora entre as pessoas e o governo.

A partir da análise de reportagens, foi destacado que a palavra cidadania, na composição das matérias do projeto da TV Anhanguera, está atrelada à busca da execução de serviços públicos que não estão

sendo realizados em uma determinada região. O termo cidadania é usado em referência a esses serviços, mas de maneira generalizada. Desde o sentido do campo da educação até o de segurança, saúde e entretenimento, a palavra é readequada como um conceito geral.

Já de forma indireta, a televisão procura passar a noção de cidadania quando, por meio do jornalismo, os moradores da região onde o projeto é desenvolvido conseguem uma resposta do poder público sobre suas reivindicações. Deve-se destacar que nas reportagens do projeto “O bairro que eu tenho, o bairro que eu quero” com frequência a palavra cidadão/cidadania é substituída pelo cargo social que o indivíduo ocupa, como por exemplo, o pedreiro, a dona de casa, o motorista. A palavra cidadão, de acordo com as matérias analisadas, também tornou-se sinônimo de “gente simples e batalhadora”, “a comunidade”, citações nas reportagens que acabam por fazer referência às classes de menor poder aquisitivo.

No geral, o quadro dá ênfase a uma busca por direitos e ao buscar os seus direitos cada pessoa busca ser cidadã. O discurso da mídia é um reforço de que a busca por direitos e a defesa de direitos é um exercício de cidadania.

Ainda no que diz respeito à televisão, também foram analisadas as chamadas propagandas do governo, veiculadas em repetidoras do Estado de Goiás - TV Anhanguera (Globo), TV Brasil Central (Cultura de São Paulo), TV Record de Goiás e TV Serra Dourada (SBT) - onde ações de cidadania foram dispostas como atendimento ao público “Vapt-Vupt”, manutenção de estradas (transporte), construção de salas de aula (educação), reformas hospitalares e aquisição de equipamentos (saúde), treinamento de pessoal (valorização do “capital humano”), enfim, noções de cidadania sobre realização de benesses promovidas pelo Estado, com uma conotação claramente política-ideológica, não no sentido de uma prestação de contas da aplicação dos impostos, tributos e taxas aos contribuintes consumidores/cidadãos!

Com relação à Internet, os principais termos atrelados à palavra Cidadania foram questões legislativas, bônus, solidariedade, consumo

consciente, opinião, liberdade, minorias, povo, democracia, participação popular, movimento dos sem mídia, igualdade, oportunidade, deficiência para cumprimento da lei das cotas, voto, poder público, direito à informação, corrupção, a ação popular, interesse público, eventos sociais para idosos, mercado de trabalho, direito a documentos pessoais, descontos, ética, cultura, contato entre sociedades distintas, novas ideias, acesso à todos.

Na internet as pessoas não são tratadas como cidadãs, mas sim, tratadas pelo trabalho que desenvolvem na sociedade, ou seja, na grande maioria das matérias jornalísticas existentes na mídia, as pessoas são destacadas como: médico, advogado, motorista, estudante, ciclista, vendedor. A função social é utilizada como significante de cada indivíduo e, subliminarmente há um reforço do trabalho com a cidadania. Estar empregado é ser cidadão. A palavra cidadania é tida como sinônimo de coletivo e de povo. Para se designar aquele que merece destaque na sociedade são usados os termos indivíduo (um) ou sujeito (um).

A pesquisa na internet em busca dos termos cidadania e cidadão demonstrou o uso diferente por parte de sites noticiosos e outros institucionais. Sites institucionais como o do Senado Federal há partes destinadas exclusivamente aos cidadãos, como se houvesse outro público. Mas o que nos interessa nesta pesquisa é como os veículos de comunicação se utilizam daquelas palavras. Desta forma, escolhemos os portais noticiosos UOL e Último Segundo para verificar a presença das expressões descritas.

Durante a busca de uma semana o que pudemos perceber é que raramente as palavras podem ser encontradas. O termo cidadão só foi localizado quando relacionado a nacionalidade, o exemplo é a matéria “Almodóvar é nomeado como cidadão honorário europeu do cinema mundial”. Em matérias como “Famílias de área invadida no Rio serão despejadas”, não há qualquer menção a cidadania ou cidadão, mesmo tendo a temática relacionada aos direitos garantidos pela constituição aos cidadãos.

O vocábulo cidadão aparece como o sujeito detentor de direitos

em falas diretas de fontes oficiais como em “Para os partidos de oposição, decisão do STF é ‘nefasta’; petistas afirmam que Constituição foi cumprida”.

Diante da necessidade cada vez maior de ampliar as vagas para um contingente sempre crescente de pessoas que buscam a educação para se qualificar e como meio para conquistar a cidadania, buscou-se analisar as novas tecnologias disponíveis à educação, que tem se firmado no Brasil.

Na pesquisa foi possível observar que, apesar da internet parecer ser a tecnologia a ser considerada neste âmbito de estudo, o que é produzido para esse veículo são aulas, em grande parte de cursos jurídicos destinados a concursos públicos, e que, portanto, consideram o termo cidadania apenas no aspecto do direito político e da nacionalidade.

Por outro lado, é possível encontrar na rede, vários programas de televisão com temas relacionados à educação e à cidadania. Entre eles, “Educação para Diversidade e Cidadania”, da TV UFG, “Educação e Cidadania News”, da Record News e os dois programas que foram tema dessa pesquisa de campo: “Telecurso” exibido nas TVs educativas e destinado à conclusão do curso de ensino médio, e “Caminhos para Cidadania no Brasil”, produzido pela Univesp.

No “Telecurso”, o termo cidadania foi tratado de forma habitual, dentro do senso comum, relacionado à necessidade de se pensar na coletividade e destacando-se que ser cidadão não é somente ter e exercitar os direitos, mas também cumprir os deveres. Aspecto relevante a ser considerado é o uso da palavra “apolítico”, como aquele que se nega ao envolvimento com a política, no caso, com as eleições, em lugar da correta palavra “apartidário”, ou seja, aquele que não tem ou não toma partido. Merece destaque porque considerando o conceito grego clássico de “política” e seu vínculo com o significado de mesma origem de cidadania, podemos questionar se estaríamos falando de um ser apolítico como um subcidadão por se negar ao envolvimento político.

O outro ponto de análise é o Programa “Caminhos da Cidadania no Brasil”, que trouxe importante posição histórica ao lembrar

que o período das revoluções, especificamente a Revolução Francesa, por conseguinte, a Declaração de Direitos do Homem e dos Cidadãos, passam a associar a cidadania a um direito. Acentua-se também que a Revolução Industrial foi fundamental para consolidar a significação contemporânea de cidadania, quando se coloca como determinante a questão econômica que, por conseguinte levará à questão do consumo.

Ainda no tocante à internet, foram realizadas dez entrevistas com consumidoras escolhidas aleatoriamente a partir de uma abordagem espontânea nas filas dos caixas do supermercado “LEVE” em Goiânia, por tratar-se de um perfil de supermercado para classes mais populares e estar localizado no Setor Leste Universitário, com concentração de residências para pessoas da classe C, buscando identificar o impacto midiático da internet sobre a mulher desta classe econômica e o perfil de consumo dessas mulheres nas modalidades presencial e virtual.

Duas perguntas balizaram a pesquisa: Essas mulheres fazem compras pela Internet? Se consumir é parte integrante da construção da cidadania na sociedade contemporânea, essas mulheres pertencentes à classe C ascendente se julgam cidadãs porque podem consumir tanto nas modalidades presencial quanto nas compras eletrônicas?

No geral as mulheres respondentes da pesquisa não fazem compras pela Internet, sobretudo porque são temerosas com relação à segurança do sistema, mas usam a internet para obter informações sobre produtos, lançamentos, moda, fazendo comparação de preços e promoções. A internet para esse grupo possui a função de vitrine para a forma de consumo das classes mais altas e elas acabam comprando produtos similares, com preços mais baixos, adquiridos em um supermercado popular, mas comparado com o apresentado pela celebridade da internet.

Enfim... A plenitude do rico e a busca do pobre.

É difícil encontrarmos na mídia uma relação do termo cidadania com o que faça referência às classes A e B, mas sim, com tudo que se refere às classes mais baixas. O povo é tratado como o pobre e o conceito de cidadania é trabalhado como algo não alcançado ainda pelas classes

menos favorecidas economicamente.

Fica absolutamente implícito nos discursos a referência à busca pela cidadania quando a palavra cidadão também tem um conceito pejorativo de sujeito menor socialmente falando. Cidadania aparece ligada ao povo, à pobreza, à precariedade. O policial aborda o intelectual e lhe trata por senhor, às vezes por doutor. Mas se aborda o pobre lhe trata por cidadão. Há uma retórica pejorativa de impacto coletivo do significado de cidadania e isso se reflete na sociedade que vai identificando em diversos movimentos a relação de cidadania e pobreza.

Como exemplo, a OVG – Organização das Voluntárias de Goiás mantém o “Restaurante Cidadão”, com características muito populares, e refeições a um real. O cardápio é elaborado com base no Programa de Alimentação do Trabalhador, do Ministério do Trabalho e Emprego. A mesma organização coordena o “Departamento de Apoio ao Cidadão (DASC)” e garante atendimento especial aos portadores de deficiências, temporárias ou permanentes, e pessoas de baixa renda, com doações de benefícios sociais e encaminhamentos para outros órgãos e instituições parceiras da Organização. Tudo com base na situação socioeconômica do solicitante. Entre os benefícios sociais estão a doação de andadores, bengalas, cadeiras de rodas (padrão e higiênica), colchões d’água e caixa de ovo, enxovais, fraldas descartáveis, malhas compressivas, muletas axilares, muletas canadenses, óculos de grau e leites especiais.

O conceito midiático de cidadania materIALIZA-se e reforça-se na figura do assistencialismo estatal, do atendimento emergencial, da resolução parcial dos problemas que, supostamente, já deveriam ter sido suplantados (esgoto, asfalto, segurança, saneamento, educação, etc.).

Ser cidadão está mais para pedinte, deficiente, pobre e ignorante do que para um indivíduo consciente e com uma conduta embasada em valores éticos vigorosos, centrados no individual mas, também, na coletividade, na dignidade e liberdade para decisões!

Ser cidadão, afora a identidade de eleitor, hoje no Brasil, é ser também um indivíduo periférico, alheio e fora dos centros decisórios. Só se é cidadão para votar e não para participar dos processos de decisões!

O discurso midiático se traveste de uma preocupação em esclarecer, munir de informações, didaticamente explicar as formas de alcance da cidadania, em ações que vão desde um mutirão para cortes de cabelo e aquisição de documentos como certidões de casamento, nascimento, registros gerais (RG), carteiras de trabalho, enfim, formas legais de inserção na sociedade.

Se pensarmos que o direito à informação é uma questão de cidadania, poderemos considerar que no momento que a mídia dá voz ao indivíduo ela está garantindo o seu exercício de cidadania. Na verdade o processo é um direito à voz concedida pelos meios de comunicação de massa para o exercício do direito de reivindicação da cidadania, o que corrobora com a existência da busca e não da concretização do fato.

A mídia apresenta o conceito de cidadania como algo em busca, o ideal de quem ainda não é cidadão e precisa chegar a essa categoria existencial. Não encontramos a palavra subcidadania nos discursos midiáticos, o que poderia nos levar num primeiro momento a compreender que a mídia não considera a subcidadania. Mas isso seria um erro, porque na verdade a mídia trabalha frequentemente com subcidadania em seus discursos e não com cidadania. Na verdade fala-se a palavra cidadania, mas sempre no sentido de tudo que falta, de um objetivo a ser alcançado. Os conceitos de cidadania são, na verdade, conceitos de subcidadania. O discurso é feito para o subcidadão, sob o título de “busca pela cidadania”, a subcidadania encontrou um sinônimo capaz de não chocar os pertencentes a esta categoria.

Os desprivilegiados economicamente são subcidadãos, categorizados no discurso midiático dos desejantes, buscadores da cidadania, pedintes de uma doação do Estado que deve lhe oferecer saúde, educação, lazer e segurança para que ele também atinja o status de cidadão.

Se refletirmos sobre os quatro pilares de sustentação da sociedade anteriormente legitimados, aqui definidos como 4Ps (pai, professor, político, padre/pastor) representantes simbólicos da família, escola, Estado e igreja, veremos que e a própria Igreja se apropria hoje de canais de televisão para que a voz do padre/pastor seja legitimada pela estética

televisiva de reconhecimento de valoração e passe a ser utilizada pela sociedade muito mais porque adveio da televisão do que dos templos religiosos e com isso transformam os seus interlocutores em celebridades midiáticas, com reconhecimento de voz.

Também podemos considerar que a existência de um dos elementos de referência da identidade como cidadão pode, ora vir de uma relação do consumo, ora pela prática discursiva midiática, pode ainda vir pela possibilidade de voz na sociedade, pode ainda ser pelo caráter legal, onde quem possui um título de eleitor é considerado cidadão. Segundo o Artigo 1º da Lei 4.717 de 29 de junho de 1965, da Casa Civil, Presidência da República (1965), “Qualquer cidadão será parte legítima para pleitear a anulação ou a declaração de nulidade de atos lesivos ao patrimônio público (...) A prova da cidadania, para ingresso em juízo, será feita com o título eleitoral, ou com documento que a ele corresponda”. Ou seja, para o Governo, ser eleitor é a prova da cidadania.

Mas será então que possuir um dos elementos constitutivos da plenitude da cidadania já caracteriza uma pessoa como cidadã, exercendo plenamente seus direitos e deveres na sociedade? A nossa resposta seria não! Possuir um dos elementos marca a busca pela cidadania consagrada pela mídia para que um dia se chegue ao status de cidadão.

O cidadão é aquele que está na sociedade de forma economicamente privilegiada e pode pagar pela cidadania, comprando saúde, educação, segurança, lazer, por exemplo, ou seja, a cidadania é comprada, é privada, disponível e acessível para quem pode pagar por ela. Assim, cidadania tem a ver com o privado e a busca da cidadania tem a ver com o que é público. Cidadania é a plenitude de existência do rico e a busca constante do pobre.

Bibliografia

BARTHES, Roland. **Mitologias**. São Paulo: Difel, 1985.

BORDENAVE, Juan E. Diaz. **Além dos meios e mensagens**: Introdução à comunicação como processo, tecnologia, sistema e ciência. Petró-

polis, RJ: Vozes, 2009.

BOSI, Alfredo. **Dialética da colonização**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

Brasília, Lei nº 4.717 de 29 de junho de 1965; 144º da Independência e 77º da República. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l4717.htm

CARVALHO, José Murilo de. **Cidadania no brasil: o longo caminho**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.

Código de Hamurábi. In: **Infopédia** [Em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2013. [Consult. 2013-11-13]. Disponível na www: <URL: [http://www.infopedia.pt/\\$codigo-de-hamurabi](http://www.infopedia.pt/$codigo-de-hamurabi)>.

CHEIDA, Marcel J. Cidadania, um mito no jornalismo. In: **Mídia, cidadania, manifestações culturais e questões de gênero**. PEREIRA, Ariane; TOMITA, Íris Yae; FERNANDES, Marcio e KURCHAIDT, Sonia (Orgs). Guarapuava: Unicentro, 2010.

FUNARI, Pedro Paulo. A cidadania entre os romanos. In: PINSKI, Jaime e PINSKI, Carla Bassanezi (Orgs.) **História da Cidadania**. São Paulo: Contexto. 2008.

KRECKEL, Reinhardt. **Politische Soziologie der sozialen Ungleichheit**. Frankfurt: Campus, 1992, pp. 67-106.

MARSHALL, Thomas Humphrey. Cidadania e classe social. In: _____. **Cidadania, classe social e status**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967. p. 57-114.

MEDEIROS, Magno. **Subcidadania nas esteiras do jornalismo convencional**. Texto Apresentado no 11º Encontro Nacional de Pesquisa-

dores em Jornalismo (JPJor). Brasília: 2013.

Organização das Voluntárias de Goiás. <http://www.ovg.org.br/post/ver/164116/restaurante-cidadao>.

PAIVA, Raquel e SODRÉ, Muniz. Afeto e mobilidade nas megacidades: o comum e as alternativas de comunicação. In: BARBOSA, Marialva e MORAIS, Osvando J. de. (Orgs). **Comunicação em tempos de redes sociais**. São Paulo: Intercom: 2013.

PINSKY, Jaime e PINSKY, Carla B. (Orgs.) **História da Cidadania**. São Paulo: Contexto, 2003.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **A rua, analisador da sociabilidade**. Texto apresentado no Colóquio Pentálogo IV do CISECS, em Japaratina, em Outubro de 2013.

SODRÉ, Muniz. **O monopólio da fala**: função e linguagem da televisão no Brasil. Petrópolis/RJ: Vozes, 1984.

_____. **Antropológica do Espelho**: Uma teoria da comunicação linear em rede. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

_____. O trânsito da cultura à educação. In: COUTINHO, Eduardo Granja e MAINIERI, Tiago (Orgs.) **Falas da História**: Comunicação alternativa e identidade cultural. Goiânia: Facomb/UFG, 2013.

SOUZA, Jessé. **A Construção Social da Subcidadania**: Para uma Sociologia Política da Modernidade Periférica. Editora UFMG. Belo Horizonte. 2003.

SOUZA, Jorge Pedro. Quem tem medo da pesquisa empírica? Seguramente, não os pesquisadores portugueses em jornalismo. In: **Quem tem medo da pesquisa empírica**. BARBOSA, Marialva. MORAIS,

Osvaldo J. São Paulo: Intercom, 2011. p. 305 a 321.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. TONDATO, Marcia Perencin. **Mídia e Cidadania: Uma Relação na Perspectiva Histórica**. In: Inter-Ação. Goiânia: UFG, 2009. p. 75 a 88.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. TONDATO, Marcia Perencin. TUZZO, Simone Antoniacci. **Mulheres do sol e da lua: a televisão e a mulher no trabalho**. Goiânia: PUC Goiás, 2012.

TRIGO, Salvato. Ciências empíricas: método, mutabilidade teórica e nova gramática da comunicação científica. In: **Quem tem medo da pesquisa empírica**. BARBOSA, Marialva. MORAIS, Osvaldo J. São Paulo: Intercom, 2011. p. 283 a 303.

TUZZO, Simone Antoniacci. **Deslumbramento Coletivo: Opinião Pública, Mídia e Universidade**. São Paulo: Annablume, 2005.