



Mídia e cidadania: caminhos de aprendizado, exercício e participação¹

Janaina Dias BARCELOS²

Resumo

Este trabalho discute noções sobre a importância do exercício da cidadania para o processo democrático, a partir da apresentação do ponto de vista de alguns autores que abordam tal temática. Também procura refletir sobre o papel da mídia numa democracia e sua relação com a cidadania, bem como seu potencial papel educativo e incentivador da participação política. Como caso concreto de incentivo ao exercício da cidadania e de busca de formas de expressão, apresentamos o projeto Rede Jovem de Cidadania, promovido pela organização não governamental brasileira Associação Imagem Comunitária.

Palavras-chave: Cidadania. Mídia. Educação. Democracia. Participação.

Abstract

This article discusses notions of the importance of citizenship for democratic process and as a point of departure uses some well-known authors' points of view. It deals with the role of media in democracy and its relations with the citizenship, as well as with both its educative role potential and encouragement of the political participation. As a concrete case of encouragement of the citizenship practice and searching for various ways of expression, we present the case of *Rede Jovem de Cidadania* developed by Brazilian non-governmental organization, *Associação Imagem comunitária*.

Keywords: Citizenship. Media. Education. Democracy. Participation.

Introdução

Apesar da diferença de contextos entre a Antigüidade Clássica e a contemporaneidade, a idéia de Aristóteles, de que a principal função da política é o bem comum, continua válida quando refletimos sobre cidadania e democracia. As democracias representativas atuais deveriam ser exercidas de forma a atender aos

¹ Comunicação original apresentada em IV Jornadas Internacionais de Jornalismo, Porto, Portugal, abril/2009, com o título "Mídia e Cidadania: O Caso da Rede Jovem".

² Mestre em Comunicação e Jornalismo, Universidade de Coimbra. janabarcelos@hotmail.com



interesses dos cidadãos, que teriam voz e participação nas decisões que os afetam, por meio do diálogo e da deliberação nas esferas públicas.

Na prática, o que se assiste é a um cenário complexo, caracterizado por diminuição do poder dos Estados, apatia política e redução da participação popular, num contexto de globalização, migrações e redefinições de aspectos identitários.

Diante dessa realidade, torna-se essencial refletir sobre o que significa ser cidadão, seu papel na sociedade civil, a importância da participação e como ela pode ser concretizada. Logo, tratamos dos conceitos de cidadania, da noção de sociedade civil como espaço de aprendizagem do cidadão e da relação dos meios de comunicação e a cidadania numa democracia, os possíveis espaços de participação e interação.

Cidadania e democracia: processos de aprendizagem

Tanto cidadania quanto democracia são conceitos complexos e intimamente ligados, que vem sendo repensados na atualidade, bem como suas relações com a mídia. A idéia clássica de cidadania origina-se na tradição política grega e na jurídica romana, mas tal noção passou por transformações ao longo do tempo, principalmente após o surgimento dos Estados Nacionais e, na contemporaneidade, com os processos de globalização e suas conseqüências.

Ancorada na democracia ateniense, cidadão seria aquele que se ocupa das questões públicas por meio da deliberação (CORTINA, 1997). Na teoria, o conceito encaixa-se perfeitamente em um contexto que contempla cidadãos como membros de uma comunidade política da qual participam ativamente. No entanto, cabe-nos lembrar as limitações práticas dessa participação, visto que a cidadania ateniense era exclusiva, a igualdade não atingia a todos, não se protegia a vida privada e a participação direta só seria aplicável em comunidades reduzidas.

Na antiguidade romana, com a impossibilidade da participação direta diante da dimensão do império, a visão de cidadania muda e cidadão passa a ser aquele que tem direito à proteção legal, noção que considera a cidadania mais como uma base para reclamar direitos do que um vínculo que exige responsabilidades. A visão de cidadão transforma-se na do indivíduo que participa para aquele que é protegido legalmente pela comunidade política. Com o surgimento dos Estados Nacionais, configura-se o conceito de cidadania ligado à idéia de nação. Cabe ao Estado defender a vida, a integridade e a propriedade de seus membros, isto é, de seus cidadãos. Hoje, a complexidade do conceito é bem maior. Em primeiro lugar, a cidadania não é algo natural, ela precisa ser aprendida – às vezes, conquistada. Não basta “pertencer” a determinada nação para ser cidadão, pois cidadania vai além desse aspecto político, sendo necessário considerar sua dimensão social e cultural. “Ser cidadão não tem a ver apenas com os direitos reconhecidos pelos aparelhos estatais para os que nasceram em um território, mas também com as práticas sociais e culturais que dão sentido de pertencimento” (CANCLINI, 1999, p. 46).

O conceito de cidadania apresentado por Cortina (1997) considera tanto o reconhecimento pela sociedade de seus membros quanto a adesão desses membros aos projetos comuns dessa sociedade. A autora destaca uma corrente teórica disseminada nos anos 1980, cujo principal pressuposto é o de que os cidadãos podem aprender, nas

organizações voluntárias da sociedade civil, a civilidade necessária para levar adiante uma democracia, as virtudes da obrigação mútua. A autora concorda parcialmente com esse conceito, mas critica o fato de ele subordinar tal aprendizado à sua utilidade para a política democrática, pois a cidadania deveria ter importância por si só. Além disso, há associações que não estão voltadas para interesses solidários e universalizantes.

Diferenças teóricas à parte, o exercício da cidadania é essencial para a democracia. E, diante da apatia e falta de participação política que caracterizam a sociedade contemporânea, precisamos pensar sobre como gerar entre as pessoas a disponibilidade para se comprometerem com a coisa pública. Para isso, seria preciso que elas sentissem que pertencem a essa sociedade, que se identificassem e se reconhecessem nesse espaço público, superando o déficit de adesão.

Afinal, como ressalta Cortina (1997), a civilidade só nasce e se desenvolve se for produzida entre os atores sociais. Por isso é tão importante gerar esse sentimento de pertencimento, de que vale a pena trabalhar para melhorar a sociedade, já que a coesão constitui um dos principais aspectos para a promoção de projetos políticos, econômicos e sociais.

A sociedade civil³ seria o que Cortina (1997) chama de a autêntica escola de cidadania, onde as pessoas se agrupam livre e espontaneamente, aprendem a participar e a interessar-se por questões públicas. O que a autora designa como sociedade civil contempla parte do conjunto de associações não-políticas nem econômicas, essenciais para a socialização e o desenvolvimento cotidiano da vida.

Nessa “escola”, a cidadania seria exercida por meio de uma opinião pública crítica, entendida por Cortina (1997) conforme a idéia habermasiana, ou seja, aquela composta por redes de cidadãos capazes de se preocuparem, não por interesses grupais ou sectários, mas por questões que afetam a todos, que tocam em interesses universalizantes. Essa opinião pública consistiria num fenômeno social, “una estructura de comunicación perteneciente al mundo de la vida, enraizada em el espacio social creado por la acción comunicativa” (Cortina, 1997, p. 171). Isso significa que é “a própria comunicação que forma os cidadãos enquanto tais, enraizando neles o hábito de participar em discussões cívicas, de votar, de pensar e de argumentar” (Sá, s/d, p. 4).

Dahlgren (2006) segue mesma linha de raciocínio, ao criticar a noção de que os cidadãos emergem “prontos”, completamente formados para exercer seu papel na democracia. Ele concorda que a cidadania não é natural e necessita de experiência.

³ Canclini (1999: 58) tece uma série de críticas em relação à caracterização da sociedade civil como algo amorfo, que apareceria como uma “comunidade imaginária” (citando Benedict Anderson), e atenta para o cuidado com conceitos totalizadores que negam “o heterogêneo e desintegrado conjunto de vozes que circulam pelas nações”. Ele acredita que a melhor formulação do conceito vem de Jean L. Cohen e Andrew Arato, que definem “os modos de interação que a expressão sociedade civil engloba como diferentes da economia e do Estado, embora entrelaçados com eles”. O conceito de Cohen e Arato inclui e, simultaneamente, distingue a esfera íntima, a de associações, os movimentos sociais e as formas de comunicação pública.

Dahlgren (2006: 271) também acompanha essa linha de raciocínio e considera a sociedade civil como um terreno entre o Estado e a economia, ancorado na liberdade de associação, onde os cidadãos podem interagir para demandar por seus interesses compartilhados, inclusive os políticos.

Em sintonia com os autores citados, também se encontra Correia (s/d), que, como Cohen e Arato, considera como esferas de interação social da sociedade civil, a esfera íntima, a de associações voluntárias, os movimentos sociais e as formas de comunicação pública.

Alfaro Moreno (2006) reforça o ponto de vista, apontando que a cidadania não pode existir sem a presença e a participação de cidadãos capazes de trabalhar juntos, respeitando e reconhecendo uns aos outros.

Logo, a ação da sociedade civil vai além da política institucional. Entende-se participação política como aquela fruto de relações sociais, políticas, econômicas e culturais mais amplas. Essa cultura política deve ser entendida como os pressupostos éticos que regulam as relações entre os cidadãos, entre eles e as autoridades, e com a ordem política; é onde as pessoas encontram o significado da democracia em sua vida cotidiana (ALFARO MORENO, 2006). A autora recorre às idéias de Touraine⁴, de que o cidadão é o protagonista da democracia, que se baseia em três dimensões: razão, liberdade e memória. Tanto indivíduos quanto suas organizações são capazes de raciocínio, de exercício de sua liberdade e de incorporação em sua experiência de vida de matéria bruta para a prática política.

A questão que se coloca é como diferentes atores sociais assumem e valorizam a participação política e a prática democrática, como essas idéias internalizam-se na esfera da subjetividade do cidadão, como as pessoas podem tornar-se agentes cívicos. Para Dahlgren (2006), a ação cívica está enraizada na experiência. Mas não adianta apenas engajamento afetivo e participação motivada. É preciso que o cidadão tenha o que ele denomina de competências comunicativas cívicas, que o tornariam apto a reconhecer e interpretar situações políticas e a julgar ações convenientes e necessárias. Esse aprendizado se daria na vida cotidiana e no desenvolvimento do sujeito como um todo. Um dos espaços desse aprendizado seria a esfera pública, que compreende um vasto número de espaços comunicativos, em diversos campos sociais, com diferentes níveis de acesso, mais ou menos ligados a instâncias de decisão e a necessidades de grupos específicos.

No campo midiático, as audiências reúnem-se enquanto público por meio de processos de engajamento com questões e interações discursivas entre eles, sejam face a face ou mediadas. Quando isso ocorre, começam a estabelecer suas identidades cívicas e a usar suas competências cívicas, movendo-se do domínio privado ao público, desenvolvendo suas culturas de cidadania (DAHLGREN, 2006). Portanto, o cidadão precisa ser compreendido e pensado também em relação com outros contextos, inclusive o dos meios de comunicação.

Mídia e Cidadania: possibilidades de participação

O desenvolvimento dos meios de comunicação de massa afeta significativamente os espaços da vida social. É inegável seu papel na constituição da cidadania, na determinação de modos de vida e nas escolhas dos indivíduos numa sociedade democrática, ao possibilitarem, em certa medida,

a informação e o conhecimento necessários para que a escolha seja lúcida, de forma imediata, massiva, planetária, em períodos cada vez

⁴ A obra de referência de Alfaro Moreno é: Touraine, A. *Qué es la democracia?* Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 1998.

mais curtos, nos quais se procedem decisões, versões e fatos que afetam a vida individual e coletiva. (KARAM, 2008, p. 44).

Se uma das premissas básicas da democracia é a de que cidadãos bem informados elaborariam e expressariam livremente suas vontades, elegeriam representantes e influenciariam efetivamente os processos de decisão política do Estado, a mídia seria, na sociedade globalizada, uma das principais fontes dessas informações que auxiliam os cidadãos na tomada de decisões, bem como na mobilização de grupos sociais por uma sociedade mais justa, que não passa apenas pelo voto, mas pelas organizações da sociedade civil (CORTINA, 1997).

A mídia poderia auxiliar se seu conteúdo for posto a serviço da formação de indivíduos críticos, solidários, cooperativos e que respeitem as diferenças individuais e culturais. Por que não estabelecer relações fecundas entre os meios de comunicação e a cidadania? A questão é: como? Não há respostas prontas e definitivas, mas, apesar de parecer uma idéia utópica, acreditamos que a mídia e suas linguagens podem ser um caminho possível para criar uma sociedade mais crítica, por meio da formação de sujeitos participativos e conscientes de sua cidadania. Os meios de comunicação poderiam ser um dos espaços em que, como acredita Cortina (1997), as pessoas aprenderiam a ser cidadãos. Para isso, a mídia precisaria assumir-se como mediadora de diálogos entre vários saberes, culturas e visões de mundo, como aliada para a elaboração e apropriação comum desses saberes, como ressalta Almeida (2006). Apesar da internacionalização e da globalização da cultura⁵, ressaltamos que

as preferências dos indivíduos não são dadas e fixas, mas se constroem no processo decisório e que fatores externos, como as informações provenientes dos meios de comunicação, são mediados pelo raciocínio e pelas expectativas dos indivíduos (FRADE, s/d, p. 13).

Assim, precisamos refletir sobre um modelo de cidadania que vai além da esfera da informação, que incorpore a capacidade que as pessoas têm de interpretar a realidade e construir sentidos. As pessoas precisam ser incentivadas à reflexão, a aderir à atividade política e ter meios de exercer essa participação. Frade (s/d) recorre ao conceito de “enquadramento”, definido por Porto⁶, para pensar a mídia menos como estímulo a que os indivíduos respondem e mais como um espaço de disputa simbólica. É esse processo de múltiplas leituras, baseadas em universos culturais diferenciados, que Porto (*apud* FRADE, s/d) chama de “enquadramento”. Ele valoriza a seleção pelo indivíduo de certos aspectos da realidade, os quais salienta no conteúdo da comunicação, interpreta de maneira pessoal e que originam conversas e entendimentos.

⁵ Usamos aqui o conceito de Canclini (1999:41): “A internacionalização foi uma abertura das fronteiras geográficas de cada sociedade para incorporar bens materiais e simbólicos das outras. A globalização supõe uma interação funcional de atividades econômicas e culturais dispersas, bens e serviços gerados por um sistema com muitos centros (...)”.

⁶ Frade recorre à obra: Porto, Mauro. *Muito além da informação: mídia, cidadania e o dilema democrático*. São Paulo em Perspectiva, São Paulo, v.. 12, n. 4, pp. 17-26, out/dez. 1998.



Baseado nesse conceito, mesmo com pouca informação, o sujeito, por meio do “enquadramento”, buscaria alternativas de entendimento que dão sentido ao mundo. “Processo que permite a participação de todos, de forma democratizante, à medida que coloca a dimensão cultural e subjetiva em primeiro plano” (FRADE, s/d, p. 14).

Não queremos reduzir a importância da informação e reiteramos sua preponderância nos processos de participação política. Pretendemos, ao destacar a capacidade dos sujeitos de “enquadrarem” aspectos da realidade e de refletirem sobre ela, combater a visão excludente de só os cidadãos “informados” serem capazes de tomar parte nos processos democráticos. É combater, como o faz Dahlgren (2006), uma noção estritamente racionalizadora e não subestimar a importância das interações da vida cotidiana, cujas conversas podem ativar a esfera pública, ganhar conotação política e sentido cívico.

Reforçando esse ponto de vista, Alfaro Moreno (2006) defende que os cidadãos são agentes culturais, sujeitos que se concebem como a origem e a fonte de significados de suas ações, com condições para imaginá-las e rejeitá-las. Caberia à mídia fornecer determinados “conhecimentos” sobre política e contribuir para pôr as pessoas em interação, permitindo-lhes criar sua própria cultura política, que se move entre o real e o simbólico, a pragmática e o desejo. Mas as decisões são sempre dos sujeitos. E, dependendo dos diferentes modos de interação social e política, bem como da biografia do sujeito e de seus atos de leitura do mundo, ele poderá apresentar-se mais atuante ou indiferente na sociedade.

O que acontece, na sociedade contemporânea, é que não podemos pensar em cidadania dissociada do consumo, principalmente de informações e valores, do qual os meios de comunicação são uma das principais fontes. E as relações que o cidadão estabelece entre seu papel como consumidor e como cidadão modificam constantemente sua cultura e seu comportamento político (ALFARO MORENO, 2006). Afinal, a mídia une diferentes áreas de conhecimento e encontro, e as ações de ler, ver e ouvir poderiam ser compreendidas como formas de participação, já que implicam percepções e avaliação pelos cidadãos de seus valores culturais e de suas relações com o outro, como assinada Alfaro Moreno (2006).

o consumo serve para pensar. (...) quando selecionamos os bens e nos apropriamos deles, definimos o que consideramos valioso, bem como os modos com que nos integramos e nos distinguimos na sociedade, com que combinamos o pragmático e o apazível. (CANCLINI, 1999, p. 45)

Em relação ao consumo da mídia, é inegável reconhecer, como o faz Alfaro Moreno (2006), que ela constitui fonte crucial de educação cívica e legitimação do poder democrático. A partir de eventos e imagens mostrados pelos meios de comunicação, as pessoas fazem escolhas todos os dias. Elas têm acesso à agenda nacional e internacional que emerge diariamente dos processos de produção e consumo da mídia, que consolidam noções, como as de autoridade, instituições e valores políticos. Dessa forma, tanto os conceitos e sentimentos de nação quanto de mundo estão em articulação com esses processos.

Além disso, com o desenvolvimento dos meios eletrônicos, modificam-se várias práticas de consumo e são estabelecidas “outras maneiras de se informar, de entender as comunidades a que se pertence, de conceber e exercer os direitos” (CANCLINI, 1999, p. 50). Dessa forma, a partir do consumo dos produtos e idéias da mídia, múltiplos públicos poderiam engajar-se em discussões públicas, preparando novos modos de expressão de idéias, mas sem homogeneização, e ainda serem capazes de alcançar consensos ou fazer pressão para apoiar outros grupos⁷. Como destaca Canclini (1999, p. 56), “os debates de interesse público e a construção de alternativas deviam ser feitas (também) nos meios eletrônicos onde as maiorias se informam”.

Ao analisar pesquisas que abordam o engajamento de canais de televisão em assuntos públicos, Kang & Kwak (2003) apontam que, quando a mídia envolve-se com questões públicas, contribui para informar o cidadão sobre atividades voltadas para o bem comum e desperta seu interesse no processo cívico; a vida comunitária dos indivíduos tende a intensificar-se, porque aumenta a interação interpessoal, e a discussão conduz à participação⁸.

Karam (2008) também destaca que os avanços tecnológicos e, principalmente a internet, abrem espaço para todos enviarem e receberem dados – sejam informações ou desinformações. A internet pode configurar-se como um espaço democratizante e mesmo fiscalizador das atividades da mídia, onde o cidadão pode contestar informações e também que permite mais rapidez na disseminação de correções. Como exemplo, ele cita os observatórios, os espaços críticos na internet, os blogs.

E por meio de novas mídias, sobretudo eletrônicas, com disseminação imediata de informações profissionais, é possível obter dados e versões que contraponham alguns veículos e questionem procedimentos jornalísticos.

A este cenário se soma o das organizações que – a partir dos segmentos da sociedade civil, descontentes com o rumo das coberturas, estratégias e particularização dos interesses sociais – buscam a pluralização de mídias, de fontes, de temáticas, de propriedades. (KARAM, 2008, p.53)

Logo, os meios de comunicação de massa podem ser encarados também como espaços de produção de estratégias com o objetivo de reformular o processo social e não apenas “como suportes ideológicos dos sistemas hegemônicos de pensamento ou estruturas de dominação”, pois “debates, polêmicas e contradiscursos se manifestam nos conteúdos informativos” (CORREIA, s/d, p. 4). O que se torna necessário é ampliar esses espaços e prolongar a discussão nos fóruns disponíveis.

Mas, para abordarmos a questão da mídia, da cidadania e do consumo, é necessário também refletir sobre a globalização econômica e as mudanças culturais que redefinem os sujeitos e seus papéis sociais, tanto como cidadão nacional, quanto mundial. Uma

⁷ Ver Alfaro Moreno, 2006: 304.

⁸ Mas os autores ressaltam também que, quando as pessoas possuem laços mais fortes na comunidade a que pertencem, podem fazer conexões entre o que a mídia mostra e sua vida comunitária, inclinando-se mais à participação. Isso porque quem discute, mantém redes sociais e acompanha assuntos locais na mídia tende a engajar-se e trabalhar coletivamente na comunidade.



vez que a cultura torna-se desterritorializada e diversificada na produção e no consumo, a noção de “nós” também se transforma. Em contato com a mídia e as novas tecnologias, produzem-se diferentes e novos significados, mais globais que locais, que estabelecem novos referentes para as pessoas organizarem suas vidas, articularem suas esperanças, seus valores e suas sensibilidades.

A globalização, no entanto, não torna a cultura global; ela aumenta a diversidade e possibilita que vários conteúdos estejam mais facilmente ao alcance das pessoas, bem como simplifica, do ponto de vista tecnológico, determinadas interações virtuais. Isso nos leva a refletir sobre as fronteiras territoriais das identidades culturais. Agora, a nacionalidade, como referência de identidade política, passa por descentralizações e deslocamentos. Portanto, as ações da sociedade civil emergem além dessas fronteiras nacionais. Por outro lado, paradoxalmente, em várias partes do mundo, assiste-se a uma espécie de realocização do senso de pertencimento, ancorada no local e no regional.

Em meio a tantas mudanças, a noção de identidade do sujeito e sua relação com a política também se transforma. A articulação desses sujeitos, individuais ou coletivos, acontece em meio à multiplicidade de encontros entre eles na vida cotidiana. Para Alfaro Moreno (2006) essa heterogeneidade leva a um desejo de aprender a viver junto, e isso pode ser uma forte força de mobilização para associação cultural e ação política. E, uma sociedade civil coesa e articulada é capaz de solucionar questões que envolvem o bem comum. Isso não significa deixar de lado a importância da ação do Estado, e, sim, falar com ele e para ele.

Mas, no contexto de enfraquecimento da importância da nação e de suas fronteiras, de uma cultura da mídia cada vez mais global, de migrações que exacerbam desigualdades e exclusões, como contribuir para que o cidadão se interesse pelas coisas públicas? Canclini (1999) acredita que, nesse cenário, novos modos de participação podem se fortalecer. Essa participação pode acontecer por meio de diversas modalidades de comunicação, não apenas as institucionalizadas, nos chamados “circuitos populares”, que se constituiriam como “foros onde se desenvolvem redes de intercâmbio de informação e aprendizado da cidadania em relação ao consumo dos meios de comunicação de massa contemporâneos” (CANCLINI, 1999, p. 49).

Educação e mídia: o projeto Rede Jovem de Cidadania

Fomentar a construção da cidadania por meio da criação de espaços na mídia para que grupos com poucas oportunidades de visibilidade insiram-se no debate público é um dos objetivos da Organização Não Governamental brasileira, Associação Imagem Comunitária (AIC)⁹, localizada em Belo Horizonte (MG). A AIC procura desenvolver debates e metodologias de capacitação de diversos grupos, por meio de oficinas e projetos, para que as pessoas possam utilizar e apropriar-se dos meios de comunicação,

⁹ Desde 1993, a AIC realiza oficinas de comunicação para a cidadania e fomenta a criação de meios de comunicação comunitários. Sua atuação dá-se junto aos mais diversos públicos: população de rua, usuários de serviços de saúde mental, crianças que vivem em vilas e favelas, jovens protagonistas de projetos sociais e culturais, ONGs e grupos de todas as regiões de Belo Horizonte. Ver em www.aic.org.br.



como forma de aumentar a participação popular e a ocupar espaços públicos de expressão.

Um dos projetos da AIC é o Rede Jovem de Cidadania (RJC)¹⁰, iniciado em outubro de 2002, como uma rede de comunicação comunitária, com programas de TV e rádio, jornal impresso, publicações *on line* e agência de notícias, elaborados por grupos de jovens das nove regiões do município de Belo Horizonte. Em sintonia com os aspectos abordados neste artigo, o Rede Jovem de Cidadania parte do pressuposto de que “cotidianamente milhares de pessoas tecem várias redes marcadas pela diversidade, criatividade e participação, criando múltiplos espaços de socialização, formação e construção coletiva nas periferias” (LIMA, 2006, p. 30), ou seja, redes de cidadania.

O projeto reúne uma rede de mídias comunitárias que divulga e favorece o intercâmbio entre os sujeitos que buscam promover a cultura e a cidadania do público juvenil. Os protagonistas são os próprios jovens ligados a movimentos comunitários, que passam por capacitações e realizam produções midiáticas, além de atuarem como agentes multiplicadores na comunidade. Um dos méritos do projeto é “a consciência de que ocupar o espaço comunicacional é um direito cidadão” e a reflexão de que “o acesso aos *media* não deve começar pelo domínio da técnica, mas pela reconquista da cidadania, da dignidade e do protagonismo de setores sociais relegados à exclusão” (LIMA, 2006, p. 10)¹¹. A metodologia que fundamenta as práticas de apropriação de recursos de comunicação, de produção de mídias e de gestão coletiva ancora-se no lúdico, na importância dada ao processo e ao diálogo e na criação de espaços públicos.

Em sintonia com o que assinala Correia (s/d, p. 3), o RJC abre a possibilidade de os agentes sociais intervirem de forma cada vez mais direta “na descodificação, recepção ativa e até na produção de mensagens”. O processo de educação para a mídia está intimamente ligado à noção de sociedade civil que discutimos. O RJC inclui em seu processo a importância da autoeducação e do conhecimento compartilhado e construído coletivamente, que implicam a utilização da própria inteligência e capacidade de adquirir esse conhecimento.

O trabalho do RJC coloca-nos diante das diversas possibilidades de construção coletiva do conhecimento, fundamentada no diálogo e no respeito à diversidade, por meio da qual se torna viável incentivar a participação política. Mostra-nos a importância das interações sociocomunicativas na construção de um saber. Participação que consiste em fator fundamental para o exercício da cidadania e para o processo democrático. E, como a metodologia baseia-se no diálogo, os indivíduos são convidados a se

¹⁰ O projeto já recebeu reconhecimento nacional e internacional. O Rede Jovem de Cidadania foi um dos 12 projetos vencedores do Prêmio Internacional Dubai/ONU de Excelência em Práticas para Melhorar as Condições de Vida, que avaliou iniciativas de cerca de cem países. Também recebeu menção honrosa do Prêmio Experiências em Inovação Social da América Latina e Caribe 2005/2006, concedido pela Cepal/ONU e Fundação Kellogg, passando a integrar banco de dados de 16 práticas excelentes, selecionadas entre 1600 inscritas. E ainda, Reconhecimento Unial 2005, concedido pela Rede Universo Audiovisual Del Nino Latino-Americano, pela contribuição do Rede Jovem de Cidadania à comunicação participativa voltada à promoção dos direitos infanto-juvenis; segundo lugar no Prêmio Itaú-Unicef 2005. Ver mais na página da ONG na internet: www.aic.org.br.

¹¹ Esta citação integra o prefácio do livro, escrito por Carlos Guimarães, que atua na ONG espanhola Centro de Iniciativas para la Cooperación Batá, que possui sedes em Córdoba, Sevilha, Málaga, Nicarágua e Moçambique, e representantes em Cádiz, Jaén, Granada e Huelva.



posicionarem enquanto sujeitos de si, que podem – e devem – assumir um papel ativo na sociedade e que se reconheçam como origem de atos da ação conjunta. Em contato com o real, o cotidiano e o outro, os jovens conseguem construir lugares de posicionamento e expressão e, nesse processo, as identidades vão se reconstruindo continuamente nas interações sociais.

Considerações finais

Ao refletirmos sobre as sociedades democráticas modernas, verificamos que tanto a noção de cidadania reconhecida como participação política, quanto o conceito que considera os direitos protegidos pelo Estado, encontram-se em déficit. Se milhares de pessoas não têm acesso a direitos fundamentais, como motivá-las para que se engajem em ações políticas e exerçam a cidadania, entendida como participação?

Essa apatia compromete os processos democráticos, nos quais o cidadão deveria ser protagonista. Os indivíduos precisam exercer sua cidadania tanto em busca de tomar parte na democracia e nas decisões políticas, quanto exigir que seus direitos sejam cumpridos. Mas, para isso, ele necessita de conhecimento e de vontade de mobilizar-se pelo bem comum. Mas, como?

O trabalho desenvolvido pelo Rede Jovem de Cidadania mostra um caminho possível. Um, entre tantos. O projeto apresenta-nos, de forma concreta, como contribuir para o desenvolvimento e exercício da cidadania, por meio do debate e da criação de formas de expressão, que permitem o desenvolvimento dos sujeitos e a aquisição do que Dahlgren (2006) denominou de “competências comunicativas cívicas”.

Acreditamos que não podemos enxergar a mídia apenas como “suportes ideológicos dos sistemas hegemônicos de pensamento ou estruturas de dominação”, como pontua Correia (s/d, p. 4). Seria uma visão limitadora e míope, que impediria de perceber as boas iniciativas que podem ser encontradas nos meios de comunicação. E as pessoas, ao lerem, verem e ouvirem o que a mídia lhes apresenta, elaboram sentidos. A partir de propostas como o Rede Jovem de Cidadania, essa construção simbólica pode ser feita por meio do diálogo, da reflexão e da crítica, passos essenciais a caminho da participação e ação política.

Referências

ALFARO MORENO, Rosa Maria. Citizens and media culture: hidden behind democratic formality. *Global Media and Communication*, London: Sage Publications, v. 2, p. 299-313, 2006.

ALMEIDA, Airton Lorenzoni. Mídia, educação e cidadania na aldeia global: para que mundo estamos educando?. *UNIrevista*, v.1, n. 3, 2006. Disponível em

http://www.alaic.net/ponencias/UNIrev_Almeida.pdf. Acesso em junho 2008.

CANCLINI, N. G. Consumidores do século XXI, cidadãos do XVIII. In: _____ *Consumidores e cidadãos*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999, p. 37-71.



CORREIA, João Carlos. *Cidadania, comunicação e literacia mediática*. Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação, (s/d). Disponível em www.bocc.ubi.pt. Acesso em junho 2008.

CORTINA, Adela. *Ciudadanos del mundo*. Hacia uma teoria de la ciudadanía. Madri: Alianza Editorial, 1997.

DAHLGREN, Peter. Doing citizenship. The cultural origins of civic agency in the public sphere. *European Journal of Cultural Studies*, London: Sage Publications, v. 9, p. 267-286, 2006.

FRADE, Marco Antônio Fernandes. *Mídia & Cidadania*, (s/d). Disponível em <http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/viewFile/152/146>. Acesso em junho 2008.

GRIPSRUD, Jostein. *Understanding Media Culture*. Londres: Arnold, 2002.

KANG, Naewon. KWAK, Nojin. A multilevel approach to civic participation. *Communication Research*, London: Sage Publications, v. 30, n. 1, p.80-106, 2003.

KARAM, Francisco José Castilhos. *Jornalismo e Democracia Representativa*. In: JORNADAS INTERNACIONAIS DE JORNALISMO, III , 2008, Porto. *Actas*, pp. 43-55.

LIMA, Rafaela (org.). *Mídias comunitárias, juventude e cidadania*. Belo Horizonte: Autêntica/Associação Imagem Comunitária, 2006.

OLIVEIRA MICHEL, Margareth de & Jerusa de. *Comunicação comunitária e cidadania – Resgate da cultura e construção da identidade*. Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação (s/d). Disponível em www.bocc.ubi.pt. Acesso em junho 2008.

RONSINI, Veneza Mayora. *Identidades culturais: do global ao local*. In: SOPCOM, III, LUSOCOM, VI, E IBÉRICO, II, (s/d), v. II. Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação. Disponível em www.bocc.ubi.pt. Acesso em junho 2008.

SÁ, Alexandre. *Media, mass media, novos media e a crise da cidadania*. Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação, (s/d). Disponível em www.bocc.ubi.pt. Acesso em junho 2008.