

## As diversas faces da comunicação para a cidadania

Luciane Fassarella Agnez - UnB  
luagnez@gmail.com

MOURA, Dione *et alli* (org.). **Comunicação e cidadania: conceitos e processos.** Brasília: Francis, 2011.

Pesquisadores da Universidade de Brasília reuniram temas como mídia e política, cinema e sociedade, jornalismo cultural, comunicação pública, tecnologias da comunicação e inclusão digital, políticas de comunicação, sustentabilidade, comunicação e mobilização social, ética e publicidade, consumo e cidadania, mídia e juventude, qualidade jornalística, entre outros temas relacionados às habilitações de jornalismo, publicidade e propaganda, audiovisual e comunicação organizacional, nesta obra que se apresenta como uma ferramenta didática para cursos de graduação e pós-graduação, trazendo abordagens dinâmicas e contemporâneas sobre o fenômeno macro da Comunicação.

A organização do livro “Comunicação e cidadania: conceitos e processos” é de Dione Moura, Elen Geraldês, Fábio Pereira, Fabíola Calazans, Fernando Paulino, Gabriela de Freitas, Liziane Guazina, Luiz Martins da Silva e Samuel Lima. A obra também traz artigos assinados por Asdrúbal Sobrinho, Délcia Vidal, Edmundo Dantas, Juliana Mendes, Karina Barbosa, Kátia Belisário, Kênia Maia, Leyberson Pedrosa, Michael Peixoto, Pedro Arcanjo, Solano Nascimento, Thais Jorge, Tânia Montoro, Tiago Quiroga e Vicente Faleiros. Os trabalhos estão organizados em três partes: Comunicação, Tecnologia e Cidadania; Jornalismo e Cidadania; e Audiovisual, Publicidade e Cidadania. A linha em comum que atravessa todas as temáticas é justamente a questão da cidadania em suas diversas relações com as práticas de comunicação e como elas se relacionam na atualidade.

Em “Cidadania em tempos de tecnologia”, por exemplo, Tiago Quiroga investiga a passagem da sociedade do vínculo social, cujo conceito de cidadania está fundamentado no século XVIII, para a sociedade midiaticizada contemporânea, quando o fetiche da técnica como garantidor de um fluxo eficiente de comunicação se relaciona diretamente ao moderno entendimento de cidadania. A informação e a livre comunicação aparecem, assim, como soluções à entropia e em sintonia com o ideal iluminista de emancipação e esclarecimento. O que o autor observa, no entanto, é que a tec-

nicidade e o *ethos* midiaticizado levaram a um “emagrecimento da democracia”, com um esvaziamento político e uma ditadura econômica que acentua as desigualdades, impõe a lógica do mercado e sistematiza a sociabilidade pela ordem tecnológica.

Em outro artigo, Fernando Paulino, Juliana Mendes, Leyberson Pedrosa e Pedro Arcanjo apresentam o resultado de uma iniciativa que tem levado ao ar mais de 500 projetos de rádio web. “Como fazer rádio web: o Projeto Dissonante como tecnologia de promoção do direito à comunicação”, conceitua essa nova plataforma a partir da experiência do Projeto Dissonante, desenvolvido na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília desde 2007, que consiste num servidor livre e gratuito de rádio web. O trabalho traz ainda um tutorial, um passo a passo de como trabalhar e desenvolver esse canal e explorá-lo para novas formas de comunicação, especialmente comunitária.

Também fugindo da noção de determinismo tecnológico como instrumento dos valores de mercado, Fabíola Calazans, no capítulo “Usos e apropriações sociais do telefone móvel”, explora como a sociedade civil do mundo todo está se utilizando dos *smart mobs*, ou ações coletivas organizadas via tecnologia móvel, computadores e internet. Ações essas, em sua maioria, de cunho político, voltadas para a mobilização social, para a prática de ativismo ou denúncias e, até mesmo, filantropia. A autora afirma que a tecnologia é sim meio de produção do capitalismo moderno, mas também objeto de uma possível transformação da sociedade. Assim, observa a tecnologia móvel a partir das tecnointerações sociais em seus diferentes usos, funcionalidades e inovações. As iniciativas nesse sentido rediscutem a problemática da globalização e levantam o debate sobre o fato de que “uma outra comunicação” é possível, a partir da apropriação social e crítica das tecnologias da informação e da comunicação.

Contudo, as práticas sociais institucionalizadas, como o jornalismo, também se relacionam diretamente com a cidadania. No capítulo “Comunicação e Cidadania – conceitos básicos”, Luiz Martins traz, de modo bastante didático, uma série de conceitos e verbetes básicos, essenciais para o estudante ou pesquisador que busca entender o papel da mídia, em especial da imprensa, na constituição de uma sociedade autônoma e plural. Bom exemplo disso também é exposto por Délcia Vidal, em “A construção da notícia cidadã”, ao apresentar as contradições e aproximações entre “interesse público”, um dos pilares do jornalismo, com o “interesse do público”. A proposta da autora para a construção de uma notícia de fato cidadã passa pelo direito de informar e, sobretudo, pelo direito do leitor de ser informado.

Outra perspectiva da comunicação é trabalhada por Edmundo Dantas, em “Marketing: estigma e construção da cidadania”, onde discute a visão quase sempre difundida pelos cientistas sociais e, por vezes, distorcida do marketing e da comunicação mercadológica como instrumento danoso à sociedade, que estimula apenas o consumismo e a deteriorização das relações e valores sociais. O autor desenvolve a abordagem da ética no marketing e como esse instrumento pode (e deve) ser capaz

de promover a cidadania. Como propõe, o marketing cidadão abandona o caráter estritamente competitivo e busca uma condição colaborativa, social e sustentável. Trata-se de empregar o seu conceito central – satisfazer necessidades, anseios e expectativas das pessoas – considerando-as, justamente, como “pessoas”, e não as reduzindo a sua posição de clientes e consumidores.

Interessante também é a abordagem levantada por Gabriela de Freitas em “A fotografia em comunidades virtuais como forma de inclusão social e divulgação de visibilidades periféricas”. A partir do surgimento e disseminação das comunidades virtuais, o usuário comum, cada vez mais, apropria-se das tecnologias digitais para expor a sua realidade, especialmente por meio das imagens. Para a autora, mais do que um caminho de socialização e interação, tal fato tem possibilitado que grupos periféricos e excluídos alcancem visibilidade, mecanismos de expressão e se envolvam numa prática dialógica da rede. A linguagem fotográfica na internet, mais democrática, também acarreta em transformações estéticas da imagem, gerando, pelas mãos dos indivíduos comuns, alternativas à padronização estética dos bancos de imagens profissionais, por exemplo.

Essas são algumas das reflexões trazidas pelo livro “Comunicação e Cidadania: conceitos e processos”, recém lançado pela editora Francis. O resultado é a excelente compilação de temáticas e visões relacionadas às diversas práticas e habilitações profissionais da comunicação, numa perspectiva contemporânea que destaca o papel da área frente a uma sociedade midiaticizada, mas que apresenta diversas alternativas para uma cidadania plena e de fato plural e participativa.