



## **Cidadania comunicativa: Apontamentos escassos de um campo de batalhas<sup>1</sup>**

Laura Hastenpflug WOTTRICH<sup>2</sup>

### **Resumo**

O texto reflete sobre a configuração da cidadania face aos processos que estão no bojo do que se entende por sociedade midiática. Para tanto, discute teoricamente o conceito de cidadania e suas implicações na transposição ao campo da comunicação. Ilustrações empíricas são trazidas à baila para discutir o conceito e potencializar sua compreensão no contexto brasileiro. Entende-se a cidadania comunicativa como conceito de difícil delimitação, por estar diretamente relacionado a um contexto dinâmico de tensionamentos, que não somente abrange os processos de democratização dos meios, dos oligopólios e dos embates identitários, mas que também é marcado por mazelas estruturais da sociedade brasileira.

**Palavras-chave:** cidadania comunicativa, meios de comunicação, identidade.

Os ninguéns: os filhos de ninguém, os dono de nada.

Os ninguéns: os nenhuns, correndo soltos, morrendo a vida, fodidos e mal pagos:

Que não são embora sejam.

Que não falam idiomas, falam dialetos.

Que não praticam religiões, praticam superstições.

Que não fazem arte, fazem artesanato.

Que não são seres humanos, são recursos humanos.

Que não tem cultura, têm folclore.

Que não têm cara, têm braços.

Que não têm nome, têm número.

Que não aparecem na história universal, aparecem nas páginas policiais da imprensa local.

Os ninguéns, que custam menos do que a bala que os mata.

Os Ninguéns, Eduardo Galeano

Que imagens, processos e práticas a comunicação midiática promove pela inclusão e pela exclusão? Que alguéns privilegia, que ninguéns gera? Como nos pensar cidadãos inseridos em uma sociedade midiática? De que forma é possível exercer uma cidadania comunicativa? Essas indagações, talvez amplas porque de difícil resolução, são o ponto de

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na modalidade Artigo Científico na IV Conferência Sul-Americana e IX Conferência Brasileira de Mídia Cidadã.

<sup>2</sup> Publicitária, Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Email: laura.wottrich@gmail.com.

partida deste texto, cuja intenção é refletir sobre a configuração da cidadania face aos processos que estão no bojo do que se entende por sociedade midiática.

A configuração dessa sociedade tem sido foco de muitos estudos no campo da comunicação. Sob a chancela de diversos vieses teóricos, as pesquisas deslindam as implicações e práticas na relação dos sujeitos com os meios, por vezes entendida como cultura da mídia (Kellner, 2001), midiatização (Fausto Neto, 2008), ou em termos de uma nova ambiência, o bios midiático (Sodré, 2001). Como não é pretensão discutir esses conceitos, parto da ideia de sociedade midiática como aquela em que os meios adquirem protagonismo particular na configuração das representações sociais, aliado a um acelerado desenvolvimento tecnológico; em que a mídia torna-se lógica matriciadora de várias dimensões do social.

Dessa forma, a mídia produz, enquanto sistema simbólico, os alguéns: os que permitem e a quem é permitida a fala, a aprovação. Produz, também, os ninguéns: àqueles a quem o direito ao manejo das e a existência nas mídias é negado.

Nesse contexto, a cidadania emerge como um tema vinculado à comunicação no meio acadêmico especialmente a partir da década de 90 (Monje et al, 2009), aliado a questões como globalização, multiculturalismo, identidades culturais e democratização da comunicação. Antes de aprofundar o olhar sobre o conceito, gostaria de explicitar as lentes que utilizo para observá-lo através das palavras de Marx (1977, p.235) para quem o objeto, as categorias exprimem formas e condições de existência determinadas, e que o fenômeno estudado “de maneira nenhuma, começa a existir, *inclusive do ponto de vista científico*, somente a partir do momento em que ela está em questão como tal” (grifo do autor). Assim, a discussão da cidadania e seus vínculos com a comunicação é matizada pela realidade, em um movimento de observação e vivência empírica.

Nesse sentido, a realidade brasileira tem envergadura para pensar as conexões entre comunicação e cidadania. A comunicação torna-se espaço de disputa da hegemonia (Mattelart, 2004) em um cenário marcado pela concentração e oligopólio midiáticos. Apesar de ser uma prática proibida pela Constituição brasileira em 1988, vê-se, em pesquisa realizada em 2001-2 (Görge, 2008) seis principais redes privadas nacionais (Globo, SBT, Record, Rede TV!, Bandeirantes e CNT) vinculavam-se a 90% das emissoras de TV no país.



A concentração midiática é perpetuada pela legislação, que, apesar de ter sido promulgada há 51<sup>3</sup> anos, foi pouco atualizada frente às mudanças econômicas, sociais e tecnológicas. A necessidade da criação de um novo marco regulatório para o setor das comunicações no país é constatada tanto pelas empresas privadas de mídia, quanto pela esfera governamental e pela sociedade civil. Inicia-se uma cruzada de disputas entre esses setores, que aos poucos definem as possibilidades objetivas do exercício da cidadania relativa à comunicação no Brasil.

Um exemplo produtivo é a efetivação, em 2011, do Conselho de Comunicação Social (CCS), órgão auxiliar do Congresso Nacional previsto na Constituição de 1988. É função do Conselho “elaborar estudos, pareceres e recomendações, entre outras solicitações dos parlamentares, sobre temas relacionados à comunicação e liberdade de expressão”<sup>4</sup>, o que envolve a discussão sobre o monopólio e oligopólio midiáticos, outorga de concessões públicas aos serviços de radiodifusão, entre outras questões. O Conselho foi regulado em 1991, mas instalado apenas em 2002, atuando até 2006. Em 2012, foi reativado na esteira da pressão de diversos setores da sociedade.

Atualmente, o CCS é composto por 13 membros representantes das empresas de rádio, de TV, da imprensa escrita, dos jornalistas, artistas, dos profissionais de cinema e vídeo, de um engenheiro com conhecimento na área de comunicação social e de um representante da sociedade civil. Apesar da boa nova da instauração do órgão, críticas consistentes indicam que sua composição ignorou as sugestões da sociedade civil aglutinadas pela iniciativa da Frente Parlamentar pela Liberdade de Expressão e o Direito à Comunicação<sup>5</sup>. Assim, a morosidade e uma nada inocente apatia podem pautar a atuação do Conselho, regido, ao que tudo assinala, pelos interesses dos grupos de mídia privados. Esse cenário entretece uma das dimensões importantes da cidadania vinculada ao campo da comunicação, a saber, a cidadania relacionada a uma vivência democrática com e dos meios.

## **A cidadania pela democratização da mídia**

<sup>3</sup> O Código Brasileiro de Telecomunicações foi promulgado em 1962 (Lei 4.117/1962).

<sup>4</sup> Tomam posse novos integrantes do Conselho de Comunicação Social. Disponível em: <http://www12.senado.gov.br/noticias/materias/2012/08/08/tomam-posse-novos-integrantes-do-conselho-de-comunicacao-social>>.

<sup>5</sup> Para ver o site da Frente, acessar <http://frentecom.wordpress.com/manifesto/>.

Parte-se aqui da idéia de que “A condição básica para a realização dos direitos políticos da cidadania no mundo contemporâneo é a existência de uma mídia democratizada” (Lima, 2006, p.8). Conceitualmente, vê-se a mídia como definidora do espaço público e capaz de substituir o Estado no reconhecimento dos direitos políticos. A mídia torna-se uma arena de disputa do poder. Assim, a luta pela democratização dos meios de comunicação alude diretamente à consolidação ou ao enfraquecimento da cidadania.

Por um viés (Lima, 2006), a comunicação entretece as três dimensões tradicionais de cidadania apresentadas por Marshall (1967), a civil, a política e a social. A comunicação fala de um direito civil ao abrigar a liberdade individual de expressão; de um direito político, com o direito à comunicação e de um direito social, pelo direito a políticas públicas democráticas no setor. A democracia da comunicação estaria mais diretamente relacionada à cidadania política. Assim, a falta de democratização leva a não concretização dessa cidadania.

Acredito que esse viés alargue a perspectiva e consiga exprimir a relevância da comunicação na configuração da cidadania na contemporaneidade. Contudo, entendo que enfoca em demasia a dimensão legal da cidadania ao condicionar sua efetiva realização ao processo de democratização dos meios. Sem dúvida, o controle dos meios de comunicação ameaça e impede o acesso à informação e a liberdade de expressão. Contudo, o direito a comunicar parece ser mais abrangente, abrigando, por exemplo, direitos culturais e os direitos relacionados à educação, ao trabalho, à autodeterminação dos povos (Burch, 2008). Dessa forma, para essa autora, para além do plano legal, a luta fala “da reivindicação de políticas públicas que deem as garantias necessárias, que previnam os abusos de poder, ou que promovam proativamente o exercício de certos direitos”. Além disso, exige “uma sensibilização da cidadania sobre a existência de direitos e sobre a importância de reivindicá-los e de exercê-los” (Idem, p.177).

Uma breve ilustração empírica dessa discussão pode ser a Marcha Contra a Mídia Machista, realizada em meados de 2012 em vários estados brasileiros. A marcha define-se como “Movimento Nacional, apartidário e de caráter pacífico, que visa protestar contra a desvalorização e distorção da imagem da mulher em diversas mídias”<sup>6</sup>. Em Porto Alegre/RS, a marcha ocorreu no dia 25 de agosto de 2012 com enfoque na crítica às publicidades

---

<sup>6</sup> Da página oficial do Facebook da Marcha Contra a Mídia Machista. Para mais informações, ver <https://www.facebook.com/MarchaNacionalContraAMidiaMachista>

machistas. A manifestação percorreu ruas da cidade e esteve em um supermercado, onde denunciou produtos que desrespeitam a imagem da mulher.



(fonte: página oficial no facebook da Marcha. Disponível em: < [www.facebook.com/MarchaNacionalContraAMidiaMachista](http://www.facebook.com/MarchaNacionalContraAMidiaMachista)> )

O movimento não tem por bandeira central a democratização dos meios de comunicação. Parte de grupos de mulheres organizadas (como a Marcha Mundial das Mulheres) ou não, com algum acúmulo no debate sobre as relações de gênero, que busca expressar sua inconformidade frente às representações do feminino veiculadas pela e na grande mídia. Está em jogo a luta pelo reconhecimento, pelo respeito à alteridade, pela afirmação da identidade, aspectos esses que podem ser escamoteados ou relevados pelo campo das mídias. Há aqui a constituição de uma cidadania, talvez mais difusa e multideterminada, mas certamente definida em relação à centralidade da mídia no espaço público.

Talvez as reflexões de Cortina (2005) sejam esclarecedoras neste ponto, quando comenta que a cidadania, em um sentido geral, fala de um status legal (conjunto de direitos), um status moral (um conjunto de responsabilidades) e também de uma identidade, através da qual os sujeitos se sabem e se sentem parte de uma sociedade (nesse ponto, inserem-se questões nodais para a autora, como o multiculturalismo e o interculturalismo, que serão

adiante discutidas). No exemplo, a questão identitária torna-se a pedra-de-toque na constituição da cidadania.

### **A cidadania comunicativa**

No esforço de matizar e ampliar o debate da cidadania frente à centralidade dos meios na constituição dos espaços públicos, surge o conceito de cidadania comunicativa (Monje et al, 2009). Segundo os autores, a cidadania comunicativa vem do reconhecimento que o indivíduo adquire de sua capacidade de ser sujeito de direito e de demanda no terreno da comunicação pública e do exercício desse direito. Ainda, os autores percebem que a comunicação é constitutiva da cidadania, visto que o espaço público midiático condiciona ações coletivas e torna-se palco de construção e partilha de demandas e direitos.

Com essa definição, vê-se que o conceito não descarta as dimensões civil e jurídica da cidadania clássica. Para além, envolve dimensões sociais e culturais relacionadas às referências identitárias e à busca pela diferença. A cidadania comunicativa concretiza-se somente na prática, na vinculação entre discurso e ação, o que implica no desenvolvimento de ações para que os direitos sejam respeitados e ampliados.

Torna-se interessante resgatar as dimensões de análise da cidadania comunicativa lapidadas pelos autores. O conjunto de direitos consagrados juridicamente conforma uma *cidadania comunicativa formal*. Já o reconhecimento que os sujeitos têm desses direitos em dada comunidade fala de uma *cidadania comunicativa reconhecida*. Quando há uma prática de reivindicação pelo exercício ou ampliação desses direitos, há uma *cidadania comunicativa exercida*. Por fim, a *cidadania comunicativa ideal* é uma utopia vinculada às expectativas de transformação da sociedade.

As reflexões teóricas foram seguidas de uma extensa pesquisa de campo, cujas questões suscitadas tornam-se importantes para a discussão aqui realizada. Gostaria de me ater a uma parte desta pesquisa, em que se analisam as configurações da cidadania junto às organizações sociais (p.196). Nesse ponto, afirma-se que “Se assume a cidadania comunicativa quando se reconhece que o direito a comunicar não pertence ao meio massivo de comunicação, mas a todos os sujeitos sociais”. Desse modo, a cidadania comunicativa é exercida quando “frente uma apropriação/expropriação desse direito por parte do meio - ou de outro poder, como o Estado – se demanda ou se protesta frente a ele”. (Monje et al, 2009,

p.197). Assim, se apoderar da mídia, mas às custas da assimilação acrítica da lógica midiática, não significa exercer a cidadania comunicativa.

Certamente estar no espaço midiático e anuir ao discurso excludente e tipificador dos grandes meios não é contribuir para a cidadania comunicativa. Contudo, a associação entre maior visibilidade midiática – enfraquecimento da cidadania comunicativa e maior busca de meios alternativos – fortalecimento da cidadania comunicativa soa um pouco simplificador.

Algumas vezes, organizações e sujeitos podem valer-se da lógica midiática como tática para buscar visibilidade pública. Isso não significa que não tenham conhecimento ou que concordem com as práticas da mídia. Frente ao seu poder, negociam, encontram brechas, vão a contrapelo, disputam a hegemonia.

O que parece importar é a criticidade frente aos meios e a ação na construção de formas alternativas de comunicação. Esse é o erro em que incorrem alguns setores políticos mais progressistas, de avaliar que aparecer na mídia ocasiona diretamente uma perda de cidadania, quando pode exprimir a disputa pelo espaço midiático, sobre suas representações.

O conceito de cidadania comunicativa apresenta vigor teórico, mas é preciso ponderar em que medida e como a passagem do discurso para a ação efetiva define a condição cidadã dos sujeitos. Exercer a cidadania comunicativa só é possível na existência de práticas reivindicatórias de oposição ou demanda junto às mídias? As táticas cotidianas de reação aos meios poderiam esboçar essa cidadania? É possível pensar os apelos identitários, a busca pela alteridade, mesmo que em nível individual e particular, em termos de prática cidadã? Para refletir sobre essas questões, torna-se produtivo tomar alguma distância do debate para pensar o contexto social em que a cidadania comunicativa se configura.

### **Entre globalizações, hibridizações e interculturalidades**

Atualmente, considera-se que o mundo atravessa um processo de globalização, percebido por diversos prismas. García-Canclini (s/d), pensa essa dinâmica a partir da hibridização ou, como prefere, dos processos de hibridização. Para ele, hibridização são “processos socioculturais em que estruturas ou práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas”. Parte da tentativa de ler de forma aberta e plural as mesclas históricas e vai de encontro ao anseio de “resolver” os conflitos através de políticas de purificação étnica, por exemplo.

Antigos paradigmas sobre a dominação são insuficientes para elucidar a realidade social, cultural e política, pois não esmiúçam a multipolaridade de iniciativas, a pluralidade de referências, a disseminação dos centros e poder. Esses aspectos são entretecidos por transformações culturais de longa duração, que não podem ser entendidas somente em termos de confrontos verticais. Isso porque

O poder não funcionaria se fosse exercido unicamente por burgueses sobre proletários, por brancos sobre indígenas, por pais sobre filhos, pela mídia sobre os receptores. Porque todas essas relações se entrelaçam umas com as outras, cada uma consegue uma eficácia que sozinha nunca alcançaria. Mas não se trata simplesmente de que, ao se superpor umas formas de dominação sobre as outras, elas se potenciem. O que lhes dá sua eficácia é a obliquidade que se estabelece na trama. Como discernir onde acaba o poder étnico e onde começa o familiar ou as fronteiras entre o poder político e o econômico? Às vezes é possível, mas o que mais conta é a astúcia com que os fios se mesclam, com que se passam ordens secretas e são respondidas afirmativamente (García-Canclini, 1998, s/p)

Os processos de hibridização falam dessas mesclas, das relações difusas de poder, dos processos de intersecção e de transação. Podem, assim, auxiliar a pensar mais democraticamente as divergências ressaltadas com a globalização. Nela, criam-se novas reações e alianças identitárias, que, por vezes, tornam-se formas de modificar ou resistir à própria globalização e reinventar as condições da hibridização.

García-Canclini ajuda a pensar como as mesclas culturais galvanizam interesses identitários e forjam novas práticas. Contudo, parece ser necessário situar as identidades em contextos concretos e históricos específicos para que a teoria adquira potencialidade explicativa. No caso da vinculação entre cidadania e comunicação, pensar as identidades relacionadas às mesclas e disputas difusas pelo poder talvez elucide um pouco da dificuldade em captar esse movimento de forma integral no plano empírico. A sensação é estar sempre recolhendo fragmentos da realidade a que tentamos, forçosamente, dar alguma coesão.

As questões de identidade, multiculturalidade e interculturalidade estão também presentes nas reflexões de Santos (2006). Para o autor, a globalização diz respeito a um feixe de relações sociais que gera um feixe de significados. A globalização hegemônica é a dominante em nosso tempo, configurada através do capitalismo global. É um regime violento

e excludente, configurador do fascismo social<sup>7</sup>. Nesse, os desqualificados, os miseráveis, os improdutivos ao sistema, os ninguéns são mantidos e legitimados como anomalias sociais, que devem ser esquecidas e exortadas.

Para combater o fascismo social, é necessário construir globalizações contra-hegemônicas, baseadas no princípio da redistribuição (igualdade) e do reconhecimento (diferença). O equilíbrio entre esses dois princípios parte da noção de que “temos o direito a ser iguais sempre que a diferença nos inferioriza; temos o direito a ser diferentes sempre que a igualdade nos descaracteriza” (2006, p.186). Aqui surge o conceito de cidadania multicultural, baseada na luta pelo multiculturalismo e autodeterminação. Trata-se do reconhecimento das diversas culturas e de sua capacidade de autodeterminação, possível com a configuração de formas alternativas de justiça e novos regimes de cidadania.

Entre esses novos regimes, no contexto destas linhas, está o de cidadania comunicativa. Percebe-se o quanto este conceito está imbricado ao debate cultural, pois seu pleno exercício passa pela afirmação do multiculturalismo e da autodeterminação. Ainda é delicado, tendo como horizonte o multiculturalismo, distinguir formas culturais emancipatórias ou regressivas, pois isso implica em considerar em maior ou menor grau a cidadania<sup>8</sup>. A hierarquização cultural leva a pensar na existência de cidadãos de primeira, segunda e terceira classe. O multiculturalismo, com respeito à identidade e à diferença, possibilita a constituição de uma cidadania mais plural. Como uma alternativa, Cortina (2005) propõe a interculturalidade enquanto projeto ético e político, que privilegia o diálogo entre as culturas, com respeito às diferenças e decisões conjuntas para a construção de uma convivência justa e pacífica. Através dessas reflexões, entendo que a constituição de uma cidadania comunicativa deve necessariamente passar pelo debate cultural, o que implica pensar a dinâmica social em termos de redistribuição e reconhecimento.

Esse é um processo entrelaçado por disputas de campos sociais diversos, matizados por traços específicos da cultura brasileira. Para Chauí (1995), a estrutura social do país é fortemente marcada pelo autoritarismo, manifesto atualmente não na constituição de um

---

<sup>7</sup> “O fascismo social é um conjunto de processos sociais mediante os quais grandes setores da população são irreversivelmente mantidos no exterior ou expulsos de qualquer tipo de contrato social”. (SANTOS, 2006, p.180).

<sup>8</sup> Como reflete Cortina (2005, p.140), “Como saber-se e sentir-se cidadão igual quando a própria cultura é preterida?”

sistema político, mas na forma de autoritarismo social. Significa a incapacidade de lidar com o princípio da igualdade formal, vendo a diferença como desigualdade/inferioridade. Assim, as desigualdades econômicas e sociais (de gênero, étnicas, geracionais) são naturalizadas, não percebidas como uma construção social.

O autoritarismo social fala também da incapacidade de operar com o princípio liberal da igualdade jurídica na luta contra a opressão social e econômica. Assim, as leis não figuram “o pólo público do poder e da regulação dos conflitos, nunca definindo direitos e deveres dos cidadãos. Por este motivo, as leis aparecem como inócuas, inúteis ou incompreensíveis, feitas para serem transgredidas e não para serem transformadas”. (Chauí, 1995, s/p). As disputas na criação de um novo marco regulatório para os meios no processo de democratização da comunicação brasileira tornam-se uma ilustração desse ponto. Foi visto, em linhas anteriores, o quanto o sistema legal torna-se insuficiente na defesa dos direitos e constituição da cidadania.

A grande mídia ocupa o espaço público como fórum de debates e demandas, endossando a parca percepção social da existência de uma esfera pública das opiniões, da sociabilidade coletiva, da rua como um espaço comum. Tomar as ruas para reivindicar demandas é visto com desaprovação e desconfiança, pois conflitos e contradições são considerados perigo, crise e desordem. A mobilização popular como uma via para construção social da cidadania torna-se difícil, apesar de hoje ser possível considerar a emergência das redes sociais e das novas mídias digitais como um caminho para tal. A sociedade civil auto-organizada é vista como perigosa para o mercado e para o Estado. Ainda mais quando o que está em pauta é a configuração de uma cidadania comunicativa, que, não raras vezes, questiona diretamente as práticas e estruturas dos grandes meios. As demandas são confortavelmente silenciadas no seio daqueles que, na atualidade, possuem maior poder de publicizá-las. Foi o caso do exemplo antes descrito, da Marcha contra a Mídia Machista. O evento ganhou alguma repercussão nas redes sociais, mas nenhuma na grande mídia. Assim, faço coro à indagação de Monje et al (2009) quando questionam até que ponto há mais ou menos condições para que a cidadania comunicativa se realize de forma independente dos meios de comunicação. Se a mídia tornou-se espaço de visualização de pautas e demandas, como prescindir dela no exercício da cidadania comunicativa?



## **Apontamentos escassos de um campo de batalhas**

Rumo à conclusão destas linhas, cabe parafrasear Zigmunt Bauman na introdução de “Vida Para Consumo” (2008) quando diz que “Inevitavelmente, a história que se pretende contar aqui será inconclusa – na verdade, com final em aberto –, como tende a ser qualquer reportagem enviada do campo de batalha”. Finalizo este texto com a inconclusão e com o sentimento de ter enviado notas escassas de um campo acirrado de disputas, em que a cidadania comunicativa é configurada enquanto conceito e enquanto prática. De fato, a dificuldade para delinear teoricamente o conceito é diretamente relacionada a esse contexto dinâmico de tensionamentos, que não somente fala dos processos de democratização dos meios, dos oligopólios, das lutas identitárias, mas que também é marcado por mazelas estruturais da sociedade brasileira.

No feitiço de pesquisa, pode-se criar conceitos coesos, densos e teoricamente consistentes, mas desconexos do campo de batalhas da vida cotidiana; ou procurar enxergar na dinâmica da existência os embates e momentos de configuração da cidadania, que oferecem pistas para manejar categorias e lapidar conceitos, ainda que incompletos.

Esta é a escolha deste texto. Pela análise aqui realizada, entendo que a cidadania comunicativa diz respeito, além da luta pela democratização dos meios de comunicação, do uso político e cotidiano do espaço midiático para visibilizar demandas e reivindicar direitos, sejam esses jurídicos, civis ou sociais. Inscreve-se aqui a luta política pela democracia nos meios e pela visibilidade midiática de questões identitárias (luta contra a homofobia, contra as desigualdades de gênero, discriminações etc). É preciso também dar relevo à ação cotidiana e individual relacionada à mídia, por mais que se incorra no risco de considerar toda “atividade do receptor” como sinônimo de resistência. Cabe ressaltar que a mídia, mesmo que parcamente, também pode ser opositiva. Na relação com programas, publicidades, produtos midiáticos específicos, os sujeitos podem fortalecer suas identidades e aprender a respeitar a diferença.

A cidadania comunicativa ideal, nos termos de Monje et al (2009), só será possível com a transformação da sociedade, ainda distante no horizonte atual. Como pontua Lima (2006), a respeito da democratização dos meios, “No Brasil, as políticas públicas de comunicação — ou a ausência delas — não são o resultado de ordenações jurídico-contratuais, mas sim das relações de classe. A cidadania plena ainda é uma utopia distante em

nossa sociedade” (p.16). Como suscitar nos sujeitos, grupos e classes a idéia de que são sujeitos de direito da comunicação? Como expor o fosso existente entre o oligopólio midiático e uma mídia democrática? Talvez a máxima gramsciana do “pessimismo do intelecto, otimismo da vontade” seja um caminho possível. Que através da análise teórica da realidade, sejamos incitados a transformá-la; que esta realidade torne-se cenário fecundo para a reinvenção de novos conceitos.

### Referências bibliográficas

BURCH, Sally. Derechos de la comunicación: nuevos retos. In: OCLACC-UTPL. **Comunicación, Ciudadanía y valores**. Porto Alegre: Editora Padre Reus, 2008.

CHAUÍ, M. Cultura política e política cultural. **Estud. Av.** [online]. Vol. 9, n. 23, PP.71-84. ISSN 010340-14. Disponível em: < [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-40141995000100006&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-40141995000100006&script=sci_arttext)>. Acesso em: 22 dez 2012.

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

CORTINA, Adela. Cidadania intercultural. Miséria do etnocentrismo. In: CORTINA, Adela. **Cidadãos do mundo: para uma teoria da cidadania**. São Paulo: Loyola, 2005.

FAUSTO NETO, Antônio. Fragmentos de uma “analítica” da midiatização. **Revista MATRIZES**, n.1, p. 89-105, Jan-jun. 2008.

GARCÍA-CANCLINI, Néstor. Culturas híbridas, poderes oblíquos. In: **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: EDUSP, 1998. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/cdrom/garcia/garcia.pdf>. Acesso em 10 dez 2012.

\_\_\_\_\_. Notícias recientes sobre la hibridación. Disponível em: < <http://www.sibetrans.com/trans/trans7/canclini.htm> >. Acesso em 09 jan 2013.

GÖRJEN, James. Apontamentos sobre a regulação dos sistemas e mercados de comunicação no Brasil. Disponível em: < [http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com\\_content&task=view&id=3296](http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com_content&task=view&id=3296)> Acesso em 03 jan 2013.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia**. São Paulo: EDUSC, 2001.

LIMA, V. A. Comunicação, poder e cidadania. **Revista Rastros**, Ano VII, nº 7, Outubro, p. 8-16. Disponível em: < <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/rastros/article/viewFile/6009/5475>>. Acesso em 06 jan 2013.



MARX, Karl. O método na economia política. In: MARX, Karl. **Contribuição à crítica da economia política**. Lisboa: Estampa, 1977.

MATTELART, Armand. As condições de renovação. In: MATTELART; A. NEVEU, E. **Introdução aos estudos culturais**. São Paulo: Parábola, 2004.

MONJE et al. Ciudadania Comunicativa: aproximaciones conceptuales y aportes metodológicos. In: PADILLA FERNANDEZ, A. ; MALDONADO, E. (Orgs). **Metodologias Transformadoras: tejiendo la red em comunicación, educación, ciudadanía y integración em America Latina**. Caracas, Fondo Editorial CEPAP: UNESR, 2009.

SANTOS, Boaventra de Sousa. Nuestra America: reiventar um paradigma subalterno de reconhecimento e de redistribuição. In: **A gramática do tempo: para uma nova cultura política**. Porto: Edições Afrontamento, 2006.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho: Uma teoria da comunicação linear e em rede**. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.