



Mídia Cidadã: Os processos de comunicação e sua inter-relação com a concepção de cidadania na sociedade pós-moderna¹

Silmara de Mattos SGOTI¹

Fábio Botelho JOSGRILBERG²

Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, SP

RESUMO

O objetivo central do trabalho é a reflexão sobre cidadania, comunicação e mídia. Refletir sobre como os processos de comunicação se inter-relacionam com a concepção de cidadania, no contexto de uma sociedade pós-moderna, marcada pelo consumo e o individualismo. Traz uma exposição crítica da mídia e sua influência na cidadania. A reflexão sobre a possibilidade de uma mídia cidadã, capaz de difundir narrativas que promovam as demandas sociais das comunidades.

PALAVRAS-CHAVE: mídia; cidadania; comunicação; sociedade; comunidades.

Introdução

Criar um vínculo entre o campo comunicacional e cidadania é natural, mas ao mesmo tempo desafiador na contemporaneidade. Natural uma vez que comunicação no seu próprio significado etimológico (do substantivo comunis e do verbo comunicare ambos no latim) é a noção básica de cidadania. Desafiador porque o conceito originário da participação em comunidade evoluiu para a sociedade moderna através dos tempos, e ocorre que “as instituições, não sendo dado a **priori**, mas produtos da vida em sociedade, não são imutáveis, elas são suscetíveis à mudanças a sob pressões de diferentes necessidades...” (Martinet, 1997, p.39). Ao mesmo tempo em que as sociedades humanas foram se modificando, também as linguagens humanas – a comunicação – evoluíram. Da mesma forma, o conceito de cidadania também evoluiu, em um processo que pode ser analisado em paralelo ao desenvolvimento dos processos de transmissão da informação e da cultura realizados pelas mídias.

O processo histórico da cisão da unidade comunitária é caracterizado, sobretudo, pela evolução técnica que motivou os processos de industrialização, urbanização e individualismo, além da massificação da comunicação por meios das mídias. São esses aspectos que definem

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho da V Conferência Sul-Americana e X Conferência Brasileira de Mídia Cidadã.

¹ Mestranda em Comunicação Social da UMESP, email: sil.sgoti@gmail.com

² Orientador do Mestrado, Prof. Dr. do PÓSCOM da UMESP, email: fabio.josgrilberg@metodista.br



o surgimento das sociedades modernas, responsáveis pela atual concepção de cidadania, que se encontra, a partir do que foi colocado, prejudicada. Esse processo é responsável também pela identidade do sujeito pós-moderno, que está relacionada, segundo Hall (2005), à fluidez da própria sociedade na qual o indivíduo está inserido.

Para o autor, as identidades culturais tornam-se provisórias e variáveis, não existindo uma identidade fixa, essencial ou permanente. Hall (2005) afirma que a identidade se torna móvel e em constante mudança. Na concepção da pós-modernidade, o interesse de classe, em que predominavam as questões coletivas, perde espaço para os interesses particulares ou de grupos, o que aproxima o termo do próprio conceito de comunidade estética proposta por Bauman (2003).

Temos uma sociedade pós-moderna marcada pela estética, regida por um capitalismo que defende entre outras questões: consumo, a competitividade voraz, o individualismo e o lucro desmedido. A informação e a cultura são “vendidos” como produtos para serem consumidos a fim de influenciar toda uma vida em sociedade.

Bom eis o desafio: falar sobre inter-relação de comunicação e cidadania numa sociedade influenciada pelo consumo, e impregnada de uma comunicação midiaticizada por veículos comerciais financiados pelo Estado, que tem seus interesses políticos, que não refletem, por diversas vezes, os anseios de seus cidadãos.

Por este cenário social contemporâneo há necessidade da discussão por uma mídia cidadã que resgate a midiaticização do diálogo, do partilhar da comunicação em comunidade, através da difusão da informação e da cultura, criando repertório para o exercício da cidadania.

A Inter-relação da Comunicação e Cidadania

A comunicação perpassa por todas as três dimensões da cidadania, constituindo-se, ao mesmo tempo em direito civil – liberdade individual de expressão; em direito universal – através do direito à comunicação e a informação; e direito político - através do direito à uma política pública democrática de comunicação que assegure pluralidade e diversidade na representação de ideias e opiniões (LIMA, 2006). Já reconhecida pela humanidade o direito à comunicação e à informação encontra-se expresso na Declaração dos Direitos Humanos de 1948, um esforço mundial para a preservação do direito à cidadania.

Entende-se assim como o termo *comunicação* – oriundo do latim *communicatio/communicare* com o sentido principal de “partilha”, “participar de algo” ou “pôr-se em comum”. Vale lembrar que a comunicação/informação praticada a partir do século XX assume uma realidade própria a partir de sua expansão do sentido de “coisa comunicada” (reforçada no inglês *communication*) com o concurso das técnicas de transmissão de informação e da publicidade. O foco na *interação*, que é uma instância inerente à partilha comunicacional, se perdeu e terminou sobrevalendo o significado de transmissão de mensagens. Essa “comunicação/informação” não reflete o *communicatio*, objeto desta reflexão.

Assim voltemos a reflexão do *communicatio* levando em consideração a concepção de Paulo Freire (1977) que o diálogo autêntico – a comunicação – só ocorre quando os intervenientes do processo estão em igualdade.

A comunicação exige respeito pelo interlocutor e uma postura a favor da participação e da interação, em uma concepção democrática da vida. “A comunicação implica uma reciprocidade que não pode ser rompida. O que caracteriza a comunicação enquanto esse comunicar comunicando-se é que ela é diálogo, assim como o diálogo é comunicativo” (FREIRE, 1977, p.67). Ou seja, uma vez que, como diria Paulo Freire, emissor e receptor afetam-se mutuamente e não existe comunicação entre desiguais, faz sentido que o estabelecimento da cidadania é também um processo de comunicação. Assim como a comunicação, o objetivo da cidadania é a inserção do indivíduo na vida social, reconhecendo no outro um igual, em uma relação de respeito e reconhecimento entre indivíduos livres e iguais.

Especificamente quando falamos de América do Sul da comunicação controlada e a ausência de diálogo entre grupos sociais deve-se considerar os aspectos do colonialismo e do capitalismo periférico. Esses são os elementos que explicam a chegada tardia dos veículos de comunicação (a começar pela imprensa escrita), bem como a dependência das mídias referente ao apoio econômico do Estado, e possibilitam a compreensão do desenvolvimento de uma sociedade marcada pela exclusão de grande parcela de indivíduos da cidadania.

De fato, quando temos uma mídia nacional nos países da América do Sul, ela tem limites bastante delineados e está bem impregnada de conceitos e ideias (ideologias?), nem sempre coerentes com as necessidades da população. Isto se deve a pouca ou nenhuma participação e acesso da população à comunicação. Como afirmava o sociólogo Herbert de

Souza “o termômetro que mede a democracia numa sociedade é o mesmo que mede a participação dos cidadãos na comunicação” (SOUZA apud GUARESCHI, 2000).

Uma destas “ideias” seria o próprio conceito de desenvolvimento, que entre nós está vinculado ao conceito de desenvolvimento tecnológico e crescimento econômico, geralmente medido pelo acesso ao consumo. O valor não está em ser e sim em ter, e assim tem-se dado o desenvolvimento dos povos latinos. Para Paulo Freire no entanto, o desenvolvimento implica valorizar a diversidade e reconhecer o cidadão como sujeito protagonista de sua vida e construtor da sua história. O autor visualiza o processo de desenvolvimento como a superação da cultura colonial nas sociedades latino-americanas, entendendo que estas sociedades não podem ser construídas apenas pelas elites, pois lhes faltam bases para reconhecer as necessidades de uma reforma: somente as lutas e movimentos de conscientização dos grupos subalternos podem operar mudanças. Nesse processo, a educação e a comunicação são os elementos básicos para a emancipação – construção da cidadania – das classes oprimidas.

O desenvolvimento autêntico exige cidadania, sustentabilidade e implantação de ações e estratégias de participação para a construção coletiva e a resistência ao discurso hegemônico por meio do debate e a participação. A comunicação dialógica atua como forma de manter a consciência transitiva crítica, entendendo isso como a consciência articulada com a práxis. Para se chegar a essa consciência, que é ao mesmo tempo, desafiadora e transformadora, são imprescindíveis o diálogo crítico, a fala e a convivência. Para Paulo Freire o modelo de educação proposto pelas elites é vertical, pois forma o educando-massa, um indivíduo impossibilitado de se manifestar. Isso não seria diálogo e sim manipulação.

Mas há outra forma de cultura / cultivo cuja carência talvez seja pior. Refiro-me à cultura/cultivo da comunicação. É ainda pior porque estamos acostumados a nos “comunicarmos”, a conversar somente para cima ou para baixo. Ensinaram-nos a ver somente quem nos dará ordens e a ver a quem daremos ordens (GONZÁLEZ, 2012, p.210).

Esse modelo repete-se nos processos de transmissão de informação midiaticizados, no qual há um suposto diálogo não havendo espaço de interferência do indivíduo. A superação desse modelo deve vir por meio do diálogo verdadeiro, no qual o indivíduo precisa do outro para conhecer a si mesmo e ao mundo (ou ao processo social). Não há progresso humano sem diálogo, pois é no diálogo que os homens se encontram para transformar a realidade e progredir. O diálogo é o cimento do conhecimento e a base verdadeira da cidadania.



A Mídia e sua Influência na Cidadania: uma visão crítica

Historicamente as mídias representam um espaço importante para a transmissão de informação no Brasil e contribuem para elevar a consciência política dos cidadãos, mas a sua presença nunca foi a garantia imediata de democracia ou mesmo de respeito à cidadania. De fato, o conflito da mídia com os interesses individuais também começaram muito cedo. Desde as primeiras décadas da imprensa, os seus críticos se queixaram que a nova tecnologia “trazia a luz o que deveria ser mantido em segredo” (BRIGGS E BURKE, 2004, p.78). Também os jornais, que começavam a circular no século XVIII, são acusados de superficiais ou tendenciosos e de incentivar o ceticismo, por publicarem versões diferentes de um mesmo fato. Ainda assim, é inegável que a imprensa, e particularmente os jornais, contribuíram para o aparecimento de uma “opinião pública” e para o fortalecimento de esferas públicas ou espaços para debate popular, eventualmente formatando agendas de discussões ou dando visibilidade a questões antes acessíveis apenas a membros do governo ou das elites governantes. No entanto, estas mídias jamais foram garantias de governos democráticos ou mesmo de reconhecimento do indivíduo como cidadão.

Os processos de democratização e a evolução dos meios de comunicação de massa deram visibilidade a decisões política antes privativas de algumas esferas de poder. Hoje os meios de comunicação interferem nos processos de transformação e legitimação social – inclusive dando visibilidade ao Estado (RUBIM, 2000) e a todo um conjunto de relações econômicas. Diferente grupos políticos, sociais e econômicos buscam visibilidade e a usam para influenciar todos os tipos de decisões: “um ato vale politicamente não só pelo efeito induzido nas suas circunstâncias covivenciadas, mas primordialmente pelas repercussões que produz à distância, na realidade-mundo, através da mediação operada pela comunicação midiática” (RUBIM, 2000, p. 58).

Libertos do modelo autoritário e do desenvolvimento após deixarem para trás os períodos da ditadura ou regimes políticos mais fechados, os países latino-americanos tem-se voltado para modelos liberais que tem como princípio a democracia e a liberdade de expressão. Nesses modelos não existe censura ou controle e a mídia é predominantemente explorada por empresas privadas, voltadas para o lucro, a partir de um conteúdo predominantemente ligado ao entretenimento. Ainda assim a mídia abre um espaço estratégico para a imprensa que se declara, como diriam Straubhaar e Larose (2004), como



instituição a serviço dos cidadãos, informando sobre as ações do governo e tudo que pudesse servir ao bem comum. Lembrando que o sistema de mídia no Brasil é um modelo de concessões que o Governo libera para o setor privado.

Trata-se da opção por um modelo diferente do adotado pelos países europeus, nos quais está presente o modelo de responsabilidade social, cujo protótipo seria a BBC (British Broadcasting Corporation), empresa financiada por taxas de licenciamento (para evitar controle por parte do governo e de anunciantes) e guiada pela ética e pela responsabilidade (STRAUBHAAR e LAROSE, 2004, p.274).

Comparando com a mídia do Brasil, fica clara a diferença entre um modelo e outro. Deum uma modo simplificado, aqui a Ênfase está na utilização da estratégia de captação de audiência a partir dos símbolos da sociedade de consumo, com base no conceito – ou pré-conceito – de que o público não gosta de política.

Claro sem dúvida “os brasileiros enxergam sua política como uma dimensão alienada, sobre o qual não se tem controle” (RIBEIRO, 2000, p.136), e “(...) as classes trabalhadoras estão fartas de assistir o funcionamento da máquina política para, acima de tudo, atender aos interesses das classes dominantes, integradas por grandes indústrias, banqueiros, etc. (PARANHOS, 1998, p. 51-52).

No entanto, se a discussão política assume uma dimensão alienada, a discussão sobre aspectos relativos à cidadania é ainda mais frágil. Na mídia brasileira o termo Cidadania é usado de forma pontual e oportunista, como elemento para classificar um jornalismo (jornalismo-cidadão?) no qual os discursos priorizam denúncias (buracos de rua, ineficiência policial), ou como ponto de apoio e pretensas campanhas de utilidade pública que comumente estão vinculadas a aspectos autopromocionais.

Mídia Cidadã: Por uma Cidadania Ativa

A reflexão acerca dos processos comunicacionais compartilhados e sua comunicação midiática é de fundamental importância para a discussão de uma cidadania ativa na sociedade pós-moderna. Uma vez que os resultado desses processos reproduziriam narrativas referentes as questões sociais tão emergentes no Brasil e América Latina, seria sim a consequência do diálogo compartilhado em sociedade. A comunicação é fundamental para a consolidação dos

processos de cidadania, mas para que isso seja pleno no em seu exercício é imprescindível o direito de produção e acesso à informação. Essas perspectivas nos remetem a necessidade de uma discussão sobre a democratização da informação. Segundo Lima (2006), torna-se fundamental a garantia de uma política pública que prime pela “pluralidade e diversidade de ideias e opiniões” (LIMA, 2006, p. 11).

O processo midiático, assume um fator importante na sociedade pós-moderna, enriquecida com sua gama de opções de dispositivos tecnológicos conectados 24 horas e à mão, influencia diretamente na configuração da identidade do indivíduo. O homem da sociedade contemporânea se vê em “real time” “on line” muitas vezes, diante de acontecimentos antes distante do seu dia a dia. As informações são capazes de colocá-lo em constante confronto com realidades distintas, como sugeriu Thompson (1998), processo que desencadeia uma nova forma de os sujeitos perceberem e se relacionarem com o mundo. Quando não temos uma comunicação midiática plural e diversa corremos o perigo de ter acesso somente a uma comunicação representada por monopólios de informações, que como vimos em sua maioria, orientadas pelo lucro devido a sua configuração originária.

Tiene (2005), ao discutir a comunicação e sua relação com a cidadania ativa, reforça que o processo implica a consolidação também da cidadania ativa, entendida como uma posição participativa do indivíduo em face das questões públicas, podendo estar manifestada quando o cidadão reivindica seus direitos, mas também quando exerce seus deveres para com o Estado e a sociedade. A autora defende que “[...] quanto mais comunicação, mais cidadania, e quanto maior e mais qualificada for em sociedade, mais comunicacional ela será, pois estará estabelecida entre os sujeitos uma relação horizontalizada” (TIENE, 2005, p. 70).

A comunicação assume, conforme a autora, papel fundamental na discussão dos mais variados temas que permeiam a sociedade e conseqüentemente, na efetivação do debate público e na garantia da visibilidade das demandas sociais. O processo é fundamental para a consolidação dos direitos de cidadania, que se encontram instituídos, como destaca Bobbio (2004), na formação de novas demandas sociais, por meio do debate público, e nas consolidações de direitos que garantam a efetivação dessas novas demandas por parte do Estado.

A questão torna-se relevante a partir do momento em que se pensa a comunicação não apenas como direito de cidadania, mas também como processo necessário ao seu surgimento, manutenção, consolidação e renovação. Tiene (2005) alerta que, “[...] para poder se libertar de

toda e qualquer manipulação e agir livremente, os cidadãos devem ter à disposição um sistema eficiente de difusão de informação e de forma cultura [...]” (TIENE, 2005, p. 70).

Assim como Tiene (2005), outros autores defendem que a socialização da informação é fundamental à garantia do exercício pleno da cidadania. Bezzon (2004) afirma que “[...] o acesso e o direito à informação torna-se requisito básico para a efetivação da cidadania, pois só a socialização da informação poderá fornecer aos membros da sociedade civil a cidadania integral” (BEZZON, 2004, p. 18). Portanto o processo comunicacional tem sua importância tanto na comunicação compartilhada, sugerida por Lima (2001), como na comunicação por meio de sua difusão e socialização como cita Tiene (2005) e Bezzon (2004).

A discussão envolvendo a cidadania e sua relação com a comunicação, principalmente a midiática, consolidou-se a partir da Revolução Industrial no século XVIII, período marcado por uma série de mudanças econômica, sociais e culturais que resultaram em alterações também nos processos comunicacionais. Essas mudanças desencadearam uma avalanche de discussões sobre a comunicação por meios eletrônicos e sua influência na visibilidade das questões públicas e privadas, que influenciam diretamente os temas relacionados à cidadania.

Ressalta-se que os meios de comunicação assume o papel importante na divulgação de assuntos relacionados ao campo social em todas as suas esferas, e na forma com que os indivíduos passam a conceber o mundo e a se relacionar com ele. Ao abordar a questão, Lima (2001) alerta que o conceito de comunicação já teria significado “o objeto tornado comum”, “os meios físicos de transporte”, e que hoje encontra-se representada pelos meios “tecnológicos de transmissão”, como rádio, televisão, internet e etc. O autor no entanto destaca a importância também da comunicação, no seu sentido da “communicatio” compartilhamento de diálogos, para consolidação dos processos de cidadania.

A comunicação portanto assume o sentido de coparticipação, comunhão encontro entre indivíduos. Nesse caso, está configurado o processo que se dá face a face, sem a interferência de um mecanismo de mediação tecnológico entre os sujeitos, mas que também sofreu a interferência dos processos de comunicação mediada. Como na reflexão de Thompson (1998), para quem a comunicação tem um sentido mais amplo do que o apontado pela visão instrumentalista “[...] a crescente disponibilidade de formas simbólicas mediadas foi gradualmente alterando as maneiras nas quais as pessoas iam compreendendo o passado e o mundo além de seus contextos sociais imediatos” (THOMPSON, 1998, p. 38).



Lima (2001), ao discutir a importância dos meios de comunicação no processo de difusão de informação, destaca a importância da promoção de espaços que possibilitem a comunicação no seu sentido de compartilhamento. Segundo ele, os dois processos de comunicação, que estão em polos distintos – a compartilhada, que compreende a comunicação face a face, conforme Thompson (1998), e a midiática são fundamentais para a consolidação da cidadania.

É por meio da difusão de informação que temas às vezes restritos à esfera privada ganham destaque na esfera pública. A publicitação torna-se então fundamental para o desencadeamento do debate público possível na comunicação compartilhada, que resultará em novas demandas sociais ao Estado.

O processo midiático, assume ainda um importante papel na configuração da identidade do indivíduo. O homem da sociedade contemporânea se vê diante de acontecimentos antes distante do seu dia a dia. Informações capazes de colocá-lo em constante confronto com realidades distintas, como diz Thompson (1998) o processo que desencadeia uma nova forma de os sujeitos perceberem e se relacionarem com o mundo. Ao abordar o tema, Hall (2005) lembra que “[...] somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente”.

A comunicação faz parte da reconfiguração do processo de identidade, principalmente a midiática, já que pode ser um dos fatores responsáveis das mudanças ocorridas na relação do homem com o mundo. O consumo de produtos midiáticos e a sua interferência na dinâmica social, conforme demonstrado, tem provocado o debate sobre as consequências da concentração midiática na sociedade, já que ela impossibilita uma visão plural dos fatos sociais e a manifestação da diversidade cultural. Esta discussão conduz ao debate sobre a democratização da comunicação. A preocupação, aqui, extrapola o direito ao acesso à informação ou à garantia de comunicação, estendendo-se ao direito à produção de conteúdos e sua divulgação por meio de mídias livres como rádio, TV, impresso e internet.

A reflexão acerca dos processos comunicacionais compartilhados e sua comunicação midiática é fundamental para a discussão de uma cidadania ativa na sociedade pós-moderna. Uma vez que os resultados desses processos reproduziriam narrativas referentes as questões sociais tão emergentes no Brasil e na América Latina, seria sim a consequência do diálogo compartilhado em sociedade. A comunicação é fundamental para a consolidação dos



processos de cidadania, mas para que isso seja pleno no em seu exercício é imprescindível o direito de produção e livre difusão da informação. Essas perspectivas nos remetem a necessidade a uma discussão sobre a democratização da informação. Segundo Lima (2006) torna-se fundamental a garantia de uma política pública que prime pela “pluralidade e diversidade de ideias e opiniões” (LIMA, 2006, p.11).

Considerações Finais

A comunicação não é apenas um direito de cidadania, mas também o alicerce para sua própria existência e efetivação, já que possibilita o diálogo e a troca de informações, elementos fundamentais à promoção do debate público, à articulação social em favor das mudanças estruturais da sociedade e à efetivação de direitos, portanto é fundamental entender os processos que a envolve.

Esse debate deve permear a relação da mídia com o poder, sua interferência no campo político, econômico e social, e principalmente nas questões éticas que envolvem os processos midiáticos. Ainda que alguns discursos midiáticos valorizem a ética e questões ligadas à responsabilidade social das empresas de comunicação, a prática mostra que para a mídia pouco importa: a fórmula essencial da moral midiática é comprar e vender (SODRÉ, 2002, p.63).

No mundo industrializado, marcado pelo capital e pela produção industrial, que transforma cultura em mercadoria, tudo é produzido para o consumo, inclusive ideias, ideais e partidos políticos. Nesse contexto, a cidadania passa a ser vista como uma espécie de bem ou utilitário, algo a ser pontualmente reivindicado quando o Estado – sujeito provedor das condições necessárias ao bem-estar social, individual e coletivo – falha na sua missão. No entanto se o Estado for retratado apenas como provedor dos serviços necessários ao cidadão (e não como espaço para debate e a delimitação do próprio conceito de cidadania) faz o receptor / consumidor perder de vista não apenas a função estratégica do Estado e a dinâmica do seu funcionamento, perde também a capacidade de analisar, entender e buscar alternativa para si mesmo e para a sociedade em que vive.

No processo comunicação/informação a mídia massiva não expressa, sem interesses financistas e partidários, o grito das comunidades com seus movimentos sociais.



Há necessidade de meios de comunicação voltados para as questões sociais, que possam difundir publicitando a comunicação partilhada das comunidades.

Numa conjuntura em que vinha à tona a insatisfação decorrente das precárias condições de existência de uma grande maioria e das restrições à liberdade de expressão pelos meios massivos, criaram-se instrumentos ‘alternativos’ dos setores populares, não sujeitos ao controle governamental ou empresarial direto. Era uma comunicação vinculada à prática de movimentos coletivos, retratando momentos de um processo democrático inerente aos tipos, às formas e aos conteúdos dos veículos, diferentes daqueles de estrutura então dominante, da chamada ‘grande imprensa’. Nesse patamar, a ‘nova’ comunicação representou um grito, antes sufocado, de denúncia e reivindicação por transformação, exteriorizado, sobretudo em pequenos jornais, boletins, alto-falantes, teatro, folhetos, volantes, vídeos, audiovisuais, faixas, cartazes, pôsteres, cartilhas, etc. (PERUZZO, 1998, p. 114-115).

Essa comunicação, dialogada e partilhada nas comunidades, reivindicando por transformações sociais, precisa ter espaços que deem visibilidade. Precisamos de políticas públicas que proporcionem mídias cidadãs, que atuem no cenário midiático brasileiro publicando as narrativas sociais. Como diz Paulo Freire “[...] não ser apenas objeto, mas sujeito também da História” (FREIRE, 2002, p. 60).

Para uma participação cidadã ativa, é fundamental o acesso e a garantia à comunicação e à informação, possibilitando a inclusão do indivíduo no debate, para que ele se sinta coparticipante dos processos sociais. Mas também é necessário o Estado estender o direito à produção de conteúdo e sua divulgação por meio de mídias, que estão fora do núcleo dos grandes conglomerados de comunicação, incentivando as mídias cidadãs proporcionando a legalização de rádios e jornais comunitárias, incentivando as mídias alternativas na Internet, solicitando aos canais abertos maior espaço para discussão das questões sociais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUMAN, Z. **Comunidade: busca por segurança no mundo atual**. Tradução de: Community: seeking safty insecure world. Rio de Janeiro: Zahar Editora, 2003.

BEZZON, L. A. C. Análise político-sociológica do reencontro da sociedade civil brasileira com a cidadania e democracia segunda a perspectiva da comunicação pública. In: OLIVEIRA, M. J. C. (org.). **Comunicação Pública**. São Paulo: Alínea Editora, 2004, p. 17-47. (Coleção Comunicação, Cultura e Cidadania)



BRIGGS, A.; BURKE, P. **Uma história social da mídia – de Gutenberg à Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 2004.

BOBBIO, N. **A era dos direitos**. 3. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

FREIRE, P. **Extensão ou Comunicação?** 12. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

GUARESCHI, P. **Os Construtores da Informação - Meios de comunicação, ideologia e ética**. Petrópolis: Vozes, 2000.

GONZÁLEZ, J. A. **Entre Cultura (s) e Cibercultura@ (s): Incursões e outras rotas não lineares**. São Bernardo do Campo, SP: Universidade Metodista de São Paulo, 2012.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução: Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2005.

LIMA, V. A. **Mídia: teoria e política**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2001.

_____. **Comunicação poder e cidadania**. Rastros: Revista do Núcleo de Estudos de Comunicação. Joinville, SC. Ano VII, n.7, p. 8-16, out. 2006.

MARTINET, A. A Linguagem Instituição Humana. IN: COHN, G. (org.). **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo: Cia. Editora Nacional, 1997.

PARANHOS, A. Política e Cotidiano: as mil e uma faces do poder. In: MARCELLINO, N.C. (org.). **Introdução às Ciências Sociais**. 7. ed. Campinas, SP: Papyrus, 1998.

PERUZZO, C. K. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

RIBEIRO, R.J. **A sociedade contra o social – o alto custo da vida pública no Brasil**. São Paulo: Cia das Letras, 2000.

RUBIM, A. A. C. **Comunicação e política**. São Paulo: Hacker, 2000.

SODRÉ, M. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear em rede**. Petrópolis (RJ): Vozes, 2002.

STRAUBHAAR, J.; LAROSE, R. **Comunicação, mídia e tecnologia**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

TIENE, I. Comunicação, cidadania controle social na gestão pública. In: BEZZON, L.C. **Comunicação política e sociedade**. São Paulo: Alínea Editora, 2005. p. 65-73.