

COMUNICAÇÃO PÚBLICA, CIDADANIA E DEMOCRATIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO

Mary Sandra Landim Pinheiro¹
Jacqueline Lima Dourado²
Augusto de Oliveira Tavares³

RESUMO

O objetivo deste artigo é propor uma reflexão sobre as relações estabelecidas no campo comunicacional entre Cidadania, Comunicação Pública e Democratização da Informação, com uma problematização da mídia hegemônica e de uma alternativa apresentada nos veículos de Comunicação Pública, com a proposta de democratizar a informação. A ideia é trazer ao debate dessas temáticas algumas reflexões do campo teórico e, nesse sentido, problematizar o papel do jornalista e da sociedade como agentes mobilizadores e fiscalizadores de uma comunicação efetivamente democrática que favoreça o acesso a informação diversificada.

Palavras - Chave: Comunicação Pública; Cidadania; Democratização da Informação

INTRODUÇÃO

Os meios de comunicação costumam ser representadas ora como um espaço de entretenimento, ora como locais de reivindicação e luta, podendo ser também vistos como um campo para a conquista da cidadania quando entendida como espaço democrático de participação dos atores sociais em prol de melhorias nas condições de vida em sociedade.

Para compreendermos melhor a essas múltiplas representações se faz necessário refletir sobre o processo sócio-histórico que dá fundamentação às construções teórico-conceituais das diferentes visões sobre o papel dos meios de comunicação de massa na sociedade capitalista contemporânea. Para tal, nos debruçamos sobre os conceitos de

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí - PPGCOM-UFPI, Membro do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Economia Política e Diversidade (COMUM-UFPI). Bolsista Capes, e-mail: mary_landim@yahoo.com.br

² Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), Professora do (PPGCOM/UFPI). Coordenadora do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Economia Política e Diversidade (COMUM-UFPI), e-mail: jacdourado@uol.com.br

³ Mestre em Sociologia, Professor da UFCA. Coordenador do Curso de Administração Pública: Gestão Pública e Social, e-mail: augusto@ufca.edu.br

cidadania, na visão de Marshall(1967) e Vieira (2001); sobre o percurso histórico do *Welfare State*, a partir das contribuições de Esping-Andersen (1990) e Kerstenetzky (2012)., São discutidos ainda os conceitos de Comunicação Pública a partir de Nobre e Gil (2013), Coutinho (2012), Temer (2010) e Moraes (2001). No que se refere ao debate sobre democracia nos aproximamos da abordagem de Teixeira (2007), Giddens (1996) e Ramos (2005).

Ao longo do trabalho é traçada uma abordagem da cidadania em um contexto sócio-histórico, e os meios de comunicação são problematizadas como espaços de construção de um ideal democrático.

No tópico sobre a Comunicação Pública e Participação Social, discute-se os conceitos de “estratégia comunicacional”, incorporando, ao mesmo tempo, o elemento cidadão e o debate sobre as corporações de mídia como meios de comunicação de massa.

Destacamos a Televisão como importante meio de difusão de informações por estar presente na maioria das casas da população brasileira com uma audiência maior voltada aos oligopólios comunicacionais. Enfatizamos ainda os conteúdos do telejornalismo público e também do papel do profissional, em meio ao cenário de difusão das informações na sociedade brasileira.

CIDADANIA, IGUALDADES E APROXIMAÇÕES COM A COMUNICAÇÃO

Cidadania é um conceito amplo com discussões em vários campos de conhecimento e que tem sido cada vez mais utilizado como um elemento-chave para processos que necessitam de certo grau de envolvimento e participação popular. É preciso refletir sobre a trajetória histórica e conceitual antes da reflexão do seu uso no campo comunicacional, como elemento base para a articulação de atores sociais.

Marshall (1967) explicita o conceito de cidadania enfatizando os seus aspectos: civil, político e social, como se depreende da citação abaixo:

Elemento civil é composto dos direitos necessários à liberdade individual- liberdade de ir e vir, liberdade de imprensa, pensamento e fé, o direito à propriedade e de concluir contratos válidos e o direito à justiça. [...] Por elemento político se deve entender o direito de participar no exercício do poder político, como um eleitor dos membros de tal organismo. As instituições correspondentes são o parlamento e conselhos do Governo local. O elemento social se refere a tudo o que vai desde o direito ao mínimo de bem-estar econômico e segurança ao direito de participar, por completo, na herança social e levar a vida de um ser civilizado de acordo com os padrões que prevalecem na sociedade. As instituições mais intimamente ligadas com ele são o sistema educacional e os serviços sociais. (MARSHALL, 1967, P.63-64)

Importante destacar, na construção do conceito de cidadania, o papel do pensamento socialdemocrata que se desenvolveu em alguns países, como um “pacto político” estabelecido entre as classes sociais. Na obra ‘O Estado do bem-estar social na idade da razão’, Celia Lessa Lerstenetzky, enfatiza o chamado *welfare state* como uma construção social.

O estado do bem-estar é uma invenção política: não é filho nem da democracia, nem da social-democracia, mas é certamente a melhor obra desta última. A advocacia de sua atualidade se confunde com a advocacia da social-democracia em seu melhor: a resistência sistemática à dissolução de laços sociais pelos nexos mercantis, em termos que reconheçam o status igualitário da cidadania. Insisto “em seu melhor” para que não se confunda com versões abastadas da social-democracia (KERSTENETZKY, 2012)

Esping-Andersen (1990) identifica três eixos na discussão do *welfare state*, são eles o liberal, que ocorreu nos EUA, Canadá e Austrália, o Corporativista/Conservador, na Alemanha, França e Áustria e o Social-Democrata, com o ocorrência em países escandinavos.

O modelo social-democrata é, então o pai de uma das principais hipóteses do debate contemporâneo sobre o *welfare state* a mobilização de classe no sistema parlamentar é um meio para realização dos ideais socialistas de igualdade, justiça, liberdade e solidariedade” (ESPING-ANDERSEN, 1990,p. 90)

A compreensão de cidadania, conforme se tem entendimento na atualidade. Conforme Luca (2003) teve início nos Estados nacionais, em virtude das intensas transformações sociais decorrentes do capitalismo.

Os caminhos para a cidadania são vários, e assim trilharam por países e processos históricos, José Murilo de Carvalho, na obra Cidadania no Brasil – o longo caminho menciona como fato importante o quanto a definição da rota afeta diretamente o produto final.

Carvalho (2004) reflete sobre o caso brasileiro sintomas e mudanças trazidos pelo renascimento liberal, destacando o desenvolvimento de uma cultura do consumo na população na qual estão incluídos “os excluídos”. Para explicar essa relação, o historiador cita o exemplo de um grupo sem-teto que invade um *shopping center* no Rio de Janeiro frequentado pela classe média, com a intenção de denunciar o Brasil que separa ricos e pobres, mas também reivindicar o direito de consumir, ou seja, uma cidadania regada pelos novos princípios liberais “se o direito de comprar um telefone celular, um tênis, um relógio da moda consegue silenciar ou prevenir os excluídos a militância política, o tradicional direito político, as perspectivas de avanço democrático se vêem diminuídas” (CARVALHO, 2002,p.228).

Ao concluir a obra, o pesquisador comenta a afirmação de José Bonifácio sobre as desigualdades no Brasil, em representação encaminhada à Assembleia Constituinte de 1983 “que a escravidão era um câncer que corroía nossa vida cívica e impedia a construção da nação” (CARVALHO, 2002, p.229), logo em seguida complementa:

A desigualdade é a escravidão de hoje, o novo câncer que impede a constituição de uma sociedade democrática. A escravidão foi abolida 65 anos após a advertência de José Bonifácio. A precária democracia de hoje não sobreviveria a espera tão longa para extirpar o câncer da desigualdade (CARVALHO, 2002,p.229).

Desde as formas iniciais de cidadania como um princípio de igualdade, tendo para os homens, em tese, considerados livres a capacidade de usufruir de direitos, Marshall (1967) expõe:

A cidadania se desenvolveu pelo conjunto de direitos de que eram capazes de gozar. Mas esses direitos não estavam em conflito com as desigualdades da sociedade capitalista; eram ao contrário, necessários para a manutenção daquela determinada forma de desigualdade. A explicação reside no fato de que o núcleo da cidadania, nesta fase, se compunha de direitos civis. E os direitos civis eram indispensáveis a uma economia de mercado competitivo. (MARSHALL, 1967, P.79)

Venício A. de Lima, em texto referencial utilizado para uma palestra proferida na abertura da Semana Acadêmica de Comunicação Social do Ielusc, Joinville, SC, em 16 de outubro de 2006. Adapta as dimensões apresentadas por Marshall às circunstâncias da contemporaneidade e as denomina como a cidadania nas perspectivas civil, política e social, inserindo nesses aspectos diante da lógica comunicacional:

a comunicação perpassa todas as três dimensões da cidadania, constituindo-se, ao mesmo tempo, em direito civil – liberdade individual de expressão; em direito político – através do direito à comunicação, que vai além do direito de ser informado; e em direito social – através do direito a uma política pública democrática de comunicação que assegure pluralidade e diversidade na representação de idéias e opiniões.(LIMA, 2006, p. 11)

A discussão apresentada pelo jornalista e sociólogo, instiga a ampliar a reflexão sobre como a Comunicação Pública nos espaços nos quais está propagada. Assim como, verifica como está discutida a participação da sociedade para que os conteúdos veiculados possam ter uma pluralidade de vozes.

COMUNICAÇÃO PÚBLICA E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

A Comunicação Pública visa integrar as diversas vozes que compõem a teia social, para conseguir compor os discursos que são apresentados para o exercício da

comunicação em órgãos públicos. Para isso, buscam informações que se voltem ao interesse da sociedade e não serem meros interlocutores dos governos ou de estratégias políticas. (NOBRE e GIL, 2013).

No caso do jornalismo televisivo é ampliada a participação popular também em busca por audiência. Conforme Coutinho (2012) para incluir a “voz do povo” houve uma maior utilização do “povo fala”,⁴ onde o cidadão comum tem maior destaque e tempo nas falas editadas nos telejornais, a pesquisadora acrescenta ainda que é possível notar que em termos quantitativos a qualitativos. Ao refletir sobre a prática do telejornalismo a pesquisadora Ana Carolina Temer, nos apresenta que:

Embora não contemple toda a complexidade filosófica- epistemológica da atividade profissional do telejornalismo esta definição deixa claro que o jornalismo se caracteriza por ser uma atividade social que busca entender, a partir dos limites éticos predefinidos, parte da essência do que é ser humano: a curiosidade do ser humano de saber sobre os outros homens. O jornalismo é um elemento de articulação entre o indivíduo e o coletivo, o homem e suas necessidades para sobrevivência, a ação humana e seu significado social, e que realiza essa articulação fornecendo informações. (TEMER, 2010, p. 102-103).

Apesar disso, os espaços que deveriam ser ocupados por uma lógica mais cidadã, ainda são ocupados pela lucratividade. Diante disso, Brittos e Bolaño (2006, p.12) mencionam o espaço público é o espaço social, o que, na sua versão midiática contemporânea, mais do que nunca é regido por decisões privadas, mesmo quando midiaticiza temas públicos de forma pretensamente pluralista.

Moraes (2001) aborda que as corporações da mídia na contemporaneidade funcionam como agentes discursivos e ideológicos a partir da ordem global, na qual “os conglomerados de mídia atuam como agentes econômicos globais, contribuindo para revigorar o modo de produção capitalista” (MORAES, 2001, p.1), sob a égide da retórica de uma globalização que mede a expressão cultural pelo consumo de indivíduos e grupos.

Segundo Mattos (2002) outro ponto importante para ampliar a discussão sobre a temática está apresentado na Constituição Brasileira, também chamada de Constituição Cidadã que deve ser visto com bastante enfoque pelos diversos segmentos sociais:

A carta de 1988 também fixou normas para a produção de uma programação das emissoras de rádio e televisão. De acordo com o artigo 221, as emissoras devem promover programas com finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas, procurando estimular a produção independente, visando a promoção da cultura nacional e regional (MATTOS, 2002, p.118).

⁴ Termo jornalístico utilizado para designar a entrevista feita com várias pessoas.

A discussão sobre o que está posto no documento que rege nosso país é de fundamental importância para que sejam cobradas iniciativas para o cumprimento do que está posto na Carta Magna, oferecendo assim garantias de acesso a informação por parte da população de todos os recantos do Brasil.

A efetividade de avanços democráticos depende também da articulação, desta categoria, aos mais variados atores sociais em prol de uma comunicação que contemple a pluralidade de vozes existentes na sociedade atual. Assim como, da efetiva prática do que está garantido na Constituição de 1988, também chamada de Cidadã, permitindo uma pluralidade e diversidade de assuntos abordados nos materiais veiculados.

Quem também reforça a importância de estratégias de democratização do acesso de vários segmentos sociais ao âmbito comunicacional é Cecília Perruzzo, a estudiosa expõe a importância desse tipo de veículo. A autora destaca que:

O meio de comunicação local tem a possibilidade de mostrar melhor do que qualquer outro a vida em determinadas regiões, municípios, cidades, vilas, bairros, zonas rurais etc. Por vezes, se cerca de distorções, como as que tem origem em vínculos com interesse político-partidários e econômicos, mas, mesmo acarretando vieses de informação, acaba contribuindo na divulgação de temas locais (PERUZZO, 2005, p. 7).

Em 2005, no Seminário Mídia Cidadã, pesquisadores da comunicação e ativistas midiáticos, participantes de movimentos sociais discutiram vários pontos e elaboraram, segundo Marques de Melo (2006), um documento intitulado Carta de São Bernardo, que trouxe algumas questões; entre elas o papel da mídia local/ regional para o desenvolvimento da cidadania, questões sociais, bem como posturas econômicas, políticas e culturais, que buscaram contribuir para uma mídia cidadã mais focada em atender os interesses coletivos.

A globalização é vista como um fator determinante para classificar países em ricos e pobres, no entanto, autores buscam uma reflexão diferenciada em prol da melhoria da qualidade de vida da população a partir de um processo diferenciado. Santos (2010) afirma que:

Ser cidadão de um país, sobretudo quando o território é extenso e desigual, pode constituir, apenas uma perspectiva de cidadania integral, a ser alcançada em escalas sub-nacionais, a começar pelo nível local. Esse é o caso brasileiro, em que a realização da cidadania, reclama, nas condições atuais uma revalorização dos lugares e uma adequação de seu estatuto político (SANTOS, 2010, p.113).

O geógrafo acrescenta ainda que a busca por uma cidadania plena deve ser buscada a partir de soluções locais buscadas pelas pessoas, somada a uma nova estruturação político- territorial que passa também por uma redistribuição de recursos, prerrogativas e obrigações.

Ao refletir sobre o capital da mídia na lógica da globalização, Dênis de Moraes (2001), elenca pontos que auxiliam na articulação do perfil do cenário midiático global. Primeiramente, a mudança no paradigma comunicacional, que deve ocorrer por meio da digitalização. Como segundo aspecto, está o modelo organizacional das corporações de mídia que em virtude da abertura dos mercados permite a instalação de grupos com sede nos Estados Unidos da América. Por último, cita os arranjos, nos quais empresas de menor porte precisam se unir às líderes para defender a manutenção no mercado.

A alternativa apresentada, ainda no trabalho de Moraes, para preservar a liberdade do fluxo de informações e conteúdos culturais está na revitalização da sociedade civil, assim como a articulação de forças comunitárias para que sejam traçadas iniciativas concretas para conter a mercantilização generalizada. Para isso, afirma que são necessárias políticas comunicacionais com princípios democráticos de regulação, concessão, tributação e fiscalização. Esforços para garantir políticas comunicacionais mais amplas que possam ir além da lógica regional e local. “Torna-se crucial conceber alianças e coalizões de forças de todos os quadrantes, como meio de tentar frear, em um duradouro e persistente processo de lutas, a neurose por lucro a qualquer preço” (MORAES, 2001, p.1).

Diante do panorama apresentado, é preciso refletir sobre o que é a Comunicação Pública, partindo primeiramente do conceito de tal terminologia. Duarte (2001) reforça o quanto “costumeiramente está relacionado à difusão de ideias, mas também tratado como sistema público de radiodifusão” (DUARTE, 2001, p. 122). É importante estabelecer que a Comunicação Pública deve ter as informações temáticas de interesse coletivo voltadas a uma perspectiva cidadã, que incluem ainda:

Tudo que está relacionado ao aparato estatal, às ações governamentais, a partidos políticos, ao legislativo, ao judiciário, ao terceiro setor, às instituições representativas, ao cidadão individualmente e, em certas circunstâncias ações privadas. (DUARTE, 2001, p. 1226).

Em uma análise sobre a TV Pública na América Latina, Becerra (2013) cita que tanto em meios comerciais quanto em governamentais existem modelos extremos. Um deles é o utilitário que busca justificar as estratégias de negócio. Já outro, propagandista, que está fundamentado na utilização de meios estatais para a promoção de informações parciais. Para o autor, nos dois casos, a sociedade está convertida a uma posição clientelar, na qual cidadãos e cidadãos são vistos como clientes, ora comerciais ora políticos.

Valente (2009) traça a discussão das emissoras de TV com caráter público no Brasil, o pesquisador traz a seguinte definição sobre a televisão pública:

Como um aparelho de Estado que desempenha uma função de reprodução ideológica, por meio do estabelecimento de 'consensos' construídos a partir do embate entre forças que disputam o seu controle e entre estas e as demandas do público a que se dirige, devendo, para isso, atuar na Indústria Cultural em concorrência com outros agentes a partir da tensão entre seu modelo de financiamento disfuncional ao espaço e a resistência dos capitais à sua presença (VALENTE, 2009, p.51).

Já Miguel e Macamo (2013) veem uma possibilidade de modificar a estrutura vigente apresentada. Para isso, deve haver uma mudança na forma como os meios de comunicação trabalham, deixando a forma industrial e tornando-se um serviço público, tendo a obrigação de prestar contas à sociedade das atitudes tomadas.

Em se tratando de possibilidades de alterar o atual sistema, há um conjunto de esforços refletindo a lógica atual do processo de difusão da informação, em um dos discursos trazidos por teóricos que apresentam a contribuição dada pela Economia Política da Comunicação a lógica comunicacional:

Os meios de comunicação são elementos de orientação social. Desse modo, é premente a transparência na divulgação de informações. Para isso, faz-se necessária a independência da mídia em relação às lógicas econômicas e aos organismos governamentais. O fortalecimento da sociedade civil organizada, com o propósito de propor pautas alternativas e a criação de uma legislação que contemple elementos de interesse social e supra as lacunas existentes no setor, o expoente da EPC, a reflexão pela formação de uma cidadania autônoma nas democracias modernas (BRITTOS; DOURADO, 2013, p.50).

Ao refletir sobre a Economia Política da Comunicação (EPC), faz-se necessário ampliar a discussão da temática. Primeiramente, é preciso contextualizar a lógica de pesquisa que tem início nas discussões sobre economia política. Segundo Mosco (1999), possui duas definições centrais se coloca como o “estudo das relações sociais, em especial das relações de poder, que constituem a produção, distribuição e consumo de recursos, incluindo os recursos de comunicação” (MOSCO, 1999, p.98). Também acrescenta o objetivo do estudo nessa área da compreensão da mudança social e transformação histórica. Ainda de acordo com o autor, o faturamento publicitário obtido por meio da audiência é o que sustenta a produção do que é feito pelos meios de comunicação.

O referido campo de estudo tem um recurso didático proposto por Marques de Melo (2013), onde são apresentadas duas linhas de raciocínio: primeiramente, a pragmática, ligada às abordagens que preservam o sistema econômico hegemônico na

sociedade, e a crítica que tem inspiração nas influências do marxismo e problematiza as estruturas vigentes.

Ao expor o campo de estudo da Economia Política da Comunicação, em obra que trata sobre abordagens a diversas Teorias da Comunicação, o pesquisador Adilson Vaz Filho, situa o campo como a “recomposição da participação dos setores sociais nos diversos processos de produção comunicacional, compreendendo a atual dinâmica de circulação de mercadorias e recomposição dos mercados na assim chamada sociedade da informação” (FILHO, 2014, p. 69).

Diante da exposição conceitual faz necessário pontuar aspectos sobre os conteúdos do telejornalismo público, partindo primeiro das notícias, conteúdos essenciais na lógica comunicacional. Para isso, faz-se necessário pensar a atualidade no contexto jornalístico, que é uma preocupação ressaltada na tese de Carlos Franciscato (2003), no trabalho o autor expõe o quando esse aspecto de interação social deve “construir sociabilidade que podem conduzir a produção de ações públicas - não somente ações racionais e resultantes de um debate com informações trazidas pelo jornalismo ou mesmo conduzido por este” (FRANCISCATO, 2003, p.301), mas que possa trazer nos conteúdos exibidos as tragédias e mazelas da humanidade.

Ao enfatizar as instâncias comunicativas é preciso situar os conteúdos veiculados nas TVs Públicas, conforme apresenta Fuenzalida (2015), que nesses espaços podem ser expostos novos temas em pauta, a citar os noticiários ou debates, no último surge o que o autor denomina como “Nova Função do Jornalista”, na qual o profissional precisa exercer uma “função comunicacional de articulador do trio chave de políticos, especialistas/acadêmicos e as organizações cidadãs quanto aos problemas e demandas” (FUENZALIDA, 2015, p. 116).

O papel de vigilância do poder público também é um ponto que merece destaque, visto que o cidadão deve cumprir também o papel fiscalizador que vai além do papel desempenhado como eleitor, conforme reflexão de Pérsigo e Fossá (2015) “a prática da comunicação demanda assumir um comprometimento com interesse coletivo, preterindo benefícios individuais, ou corporativos” (PÉRSIGO E FOSSÁ, 2015, p. 237).

Segundo Dib, Aguiar e Barreto (2010), a chave para melhorar a formação dos profissionais está apresentada na Economia Política das Cartografias Profissionais, sendo que a formação do jornalista não deve estar somente direcionada à carreira, mas também inserida em questões voltadas às políticas de comunicação. Ainda, de acordo com os autores, as informações jornalísticas estão configuradas como espaço de luta, nos quais diversas forças (sociais, políticas e econômicas) disputam tanto pela construção discursiva quando pela produção de sentidos que ocorre sobre a realidade social.

Partindo da reflexão dos pesquisadores, o quanto uma mídia que ofereça espaços para a participação social pode se configurar como um espaço cidadão no campo midiático. Essa possibilidade está apresentada em emissoras públicas, desde que cumpram o papel de propiciar uma formação cidadã por meio da mídia àqueles que acompanham a programação, com conteúdos produzidos com essa finalidade.

DEMOCRATIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO, DOS CONTEÚDOS AOS PODERES ESTABELECIDOS

A Democracia possui conceituações variadas, Teixeira (2007) aponta para duas definições importantes, “para Abraham Lincoln a democracia é um governo do povo, pelo povo e para o povo. Enquanto o economista Joseph Schumpeter defende que a democracia é um método político democrático” (TEIXEIRA, 2007 ,p.39).

Ao tratar sobre o futuro da democracia Norberto Bobbio (1986) traz o tema do ‘poder invisível’, o estudioso reflete a temática na realidade Italiana e cita (máfia, camorra, lojas maçônicas anômalas, serviços secretos incontroláveis e acobertadores dos subversivos que deveriam combater” (BOBBIO, 1986, p. 29) segundo o autor um tema ainda pouco explorado, está abordado como um dos ‘insucessos da democracia’. “Mais que de uma promessa não cumprida, estaríamos aqui diretamente diante de uma tendência contrária às premissas: a tendência não ao máximo controle do poder por parte dos cidadãos, mas ao máximo controle dos súditos por parte do poder.” (BOBBIO, 1986, p. 31).

Outro pesquisador a tratar sobre a dinâmica do poder, nesse caso em meio ao público midiático é Lima (2006) que aponta a necessidade do uso de recursos variados para produção e transmissão do capital simbólico, o pesquisador expõe que:

o campo político está ligado à aquisição e ao exercício do poder político através do uso, dentre outros do poder simbólico. O exercício do poder político depende do uso do poder simbólico para cultivar e sustentar a crença na legitimidade (LIMA, 2006, p. 10)

A discussão sobre o poder nas relações sociais está envolta na compreensão de processos hegemônicos, levando-se em consideração as relações que são dadas em vários campos e momentos históricos. Para Bourdieu (1994), um discurso só consegue convencer dependendo da legitimidade das palavras e daquele que as pronuncia. E a legitimidade é inerente àquele indivíduo que têm o poder do discurso, de convencer a sociedade do que ele fala.

Sem dúvida, os agentes constroem a realidade social; sem dúvida, entram em lutas e relações visando a impor sua visão, mas eles fazem sempre com pontos de vista, interesses e referenciais determinados pela posição que

ocupam no mesmo mundo que pretendem transformar ou conservar (BOURDIEU, 1994, p. 8).

Ainda de acordo com pensamento de Bourdieu, a imposição do significado dos símbolos legitima a ordem vigente, pois os detentores do poder eram aqueles que tinham o porte de maior capital. O sociólogo francês afirma:

As relações de comunicação são, de modo inseparável, sempre relações de poder que dependem, na forma e no conteúdo, do poder material ou simbólico acumulado pelos agentes (ou pelas instituições) envolvidos nessas relações e que podem acumular poder simbólico. É enquanto instrumentos estruturados e estruturantes de comunicação e de conhecimento que os sistemas simbólicos cumprem a sua função política de instrumentos de imposição ou de legitimação da dominação, que contribuem para assegurar a dominação de uma classe sobre outra violência simbólica. (BOURDIEU, 1989, p.34).

A colocação do estudioso permite reconhecer que as formas de convivência e hábitos tem influência de elementos simbólicos. É no campo simbólico que a política utiliza seu mais alto grau de persuasão. Neste campo é possível que mentiras sejam transformadas em verdades, sendo tidas como reais.

O sociólogo francês coloca a mídia como inimiga da verdade, pois para ele o Poder Simbólico encontra-se concentrado naqueles que possuem o controle dos grupos comunicacionais, dessa forma controlando instrumentos responsáveis pela produção e difusão de bens culturais, também enfatiza o campo de produção simbólica que se constitui como um espaço de luta simbólica entre as classes, segundo o autor “a função ideológica do campo de produção ideológica realiza-se de maneira quase automática na base da homologia de estrutura entre o campo de produção ideológica e o campo de luta de classes” (BOURDIEU, 1994, p.13). Reforça também, o poder existente nas palavras e a legitimidade dada àquele que as pronunciam.

Ao tratarmos o espaço público como um local de disputa entre princípios divergentes da organização sociais. Cabe pontuar a contribuição à teoria crítica de Habermas (1997):

esfera pública constitui-se principalmente como uma estrutura comunicacional do agir orientado para o entendimento, a qual tem a ver com o espaço social gerado no agir comunicativo, não com as funções, nem com os conteúdos da comunicação cotidiana (HABERMAS, 1997. p. 92).

Segundo Novelli (2006), existem barreiras a serem transpostas, para a formação de uma nova esfera pública, com instrumentos mais democráticos e participativos, pois de acordo com a pesquisadora na perspectiva habermasiana, na atualidade o entendimento de

esfera pública está 'feudalizada'. No entanto, com o auxílio e incremento de canais de comunicação, garantindo transparência às ações públicas, que não estejam voltados "nos veículos de comunicação pública, quando conduzida de forma ética e responsável, tem a possibilidade de promover e consolidar o engajamento ativo dos cidadãos nas definições e implantações de políticas públicas". (NOVELLI, 2006.p. 88).

Na sociedade atual, o indivíduo age de forma diferente, em função dos novos espaços que são oferecidos para a Cidadania e a participação popular, a opinião pública oferece ao indivíduo formas de agir, participar de debater diversificadas, em virtude "estão em jogo a identidade do 'novo' indivíduo [...] e um novo tipo de esfera pública capaz de abrigar democraticamente outras formas de compromisso entre a vida coletiva e Estado, sem cair no fundamentalismo do mercado". (SODRÉ, 2006, p.218).

Giddens (1996) menciona a contribuição das comunicações eletrônicas nas mudanças de 1989, em decorrência de eventos que aconteceram em vários países que buscaram substituir governos ou regimes, em outros casos introduzir o constitucionalismo e as instituições parlamentares democráticas. O pesquisador enfatiza a importância dos meios de comunicação para a difusão das informações dadas pelos meios de comunicação "sem a instantaneidade conferida pelo rádio e especialmente pela televisão devido à capacidade deste meio de dar forma visual dramática a acontecimentos esparsos que, de outra forma só poderiam ser entendidos de maneira abstrata" (GIDDENS, 1996,p. 128).

O sociólogo britânico pontua que "a democracia liberal e o capitalismo estão ligados um ao outro porque o desenvolvimento econômico amplia as condições de autonomia individual" (GIDDENS, 1996,p. 124). Ao tratar sobre a 'luta por reconhecimento' as contribuições de Fukuyama traz diferenças quanto a democracia e o capitalismo em um ponto importante:

Ele não pressupõe que o individualismo econômico faça ligações entre os dois. Não é a busca de interesses pessoais nos mercados competitivos que explica a difusão da democracia; a democratização tem origens bastante independentes, que têm a ver com o desejo de autonomia e respeito (GIDDENS, 1996,p. 125).

Partindo da reflexão dos pesquisadores, o quanto uma mídia que ofereça espaços para a difusão de informações que Vieira (2001), traz as incertezas do tempo tratado por ele como 'pós-moderno' ou 'pós-nacional',

Que os cidadãos do mundo deparam com os riscos da nova ordem internacional, esgrimindo, em nome do interesse público, os valores da democracia e da sustentabilidade, agrupados em torno a uma sociedade civil emergente e operando em um nascente espaço público transnacional,

onde enfrentam as forças dominantes do Estado e do mercado. Do resultado desse embate, depende o destino da democracia, a sustentabilidade do planeta e a sorte de seus habitantes. (VIÉRA, 2001, p. 273)

Ramos (2005) aplica o direito à comunicação como uma premissa fundamental de reconhecimento da política social “tal direito, decisivo para a democratização das sociedades contemporâneas que tem na informação e na comunicação seus principais motores políticos, econômicos e culturais” (RAMOS, 2005, p. 251). Acrescenta sobre o papel da comunicação. Elenca alguns pontos, citados a seguir: que deve ser conformadora do espaço público, decisivo para o exercício da cidadania e para a prática da democracia; como importante instrumento de educação pública formal, cívica e política; instrumento de formação cultural ampla; instrumento de preservação e afirmação de valores culturais e nacionais, como defesa da língua, manifestações literárias e expressão artística; projeção do poder nacional, por meio da afirmação da cultura nacionais em ambientes transnacionais e globalizados.

Ressalta ainda, o papel de forças e movimentos sociais para ampliação do espaço democrático aos meios de comunicação. Como último ponto, traz a agenda de mobilização que tem por eixos o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) que deve passar por uma reconstituição “ na forma original de uma executiva nacional nascida na base de comitês locais e regionais, dos quais participem as mais variadas entidades da sociedade civil” (RAMOS, 2005,p.252).

Enfatiza também a necessidade da ação institucional nas discussões, entre as atividades o debate e estudo do Capítulo da Comunicação Social na Constituição Federal, a nova legislação para o rádio e televisão, que irá substituir o antigo Código Brasileiro de Telecomunicações (Lei 4117/62), atualmente revogado pela Lei Geral das Telecomunicações (Lei 9472/97), com o acolhimento e revisão das normas para os serviços de radiodifusão comunitária, cabe ressaltar que são vários pontos apresentados que permeiam também a diferenciação e regulamentação dos sistemas estatal, público e privado, presença do capital estrangeiro nos meios de comunicação, entre outros aspectos importantes para oferecer uma gama de vozes aos processos comunicacionais, muitas vezes impostos por àqueles que detém o poderio, quer seja econômico ou político. Melo (2011), afirma:

as políticas públicas de comunicação devem prever o controle social da mídia através de regulação, regulamentação e fiscalização de forma que se torne possível a criação e incentivo de meios de comunicação públicos, controlados pela sociedade civil e financiados segundo o princípio da economia solidária. A produção midiática não pode ser regida apenas pela lógica do lucro, mas pela lógica da arte de resistência, no mercado que se supõe sensível à democratização da comunicação. possível a criação e incentivo de meios de comunicação públicos, controlados pela sociedade civil e financiados segundo o princípio da economia solidária. A produção

mediática não pode ser regida apenas pela lógica do lucro, mas pela lógica da arte de resistência, no mercado que se supõe sensível à democratização da comunicação. (MELO, 2011. P.40-41)

Em meio ao cenário nacional, cabe ressaltar os esforços de democratização da comunicação estabelecidos no espaço acadêmico, como em Programas de Pós-Graduação, congressos, grupos de estudos e demais articulações. Para que seja ampliada a discussão para que os profissionais, principalmente àqueles que exercem atividades em âmbito jornalístico possam atuar de forma crítica, produzindo materiais que sigam na contramão dos ditames das grandes corporações.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Refletir sobre o arranjo comunicacional e o papel que ele possui na promoção da cidadania, traz um misto de entusiasmo e preocupação. Primeiramente, de forma positiva, pois se percebe que iniciativas vem sendo tomadas para ampliar a participação da sociedade civil no âmbito comunicacional, por outro lado, apreensão pela importância desta prática ser acompanhada por uma reflexão mais ampla. Visto que, como constado em vários trabalhos publicados sobre o tema, historicamente a mídia está nas mãos de grupos privados que lutam cada vez mais pelo lucro, em detrimento das questões sociais, culturais, econômicas que deveriam prezar como alternativa eficaz para a difusão de informações, pois todos os veículos independente de públicos ou privados são concessões públicas.

Os processos regulatórios devem ser utilizados para cumprir pressupostos de garantia de acesso à informação. Nesse sentido é importante que cada vez mais pesquisadores fiquem atentos às mobilizações do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), assim como de outros grupos que buscam ampliar a discussão sobre as políticas comunicacionais.

Também uma reflexão sobre o papel dos veículos de Comunicação Pública, que se configuram como espaços importantes, em meio ao cenário comunicacional vigente, atrelado aos ditames de mercados centrados nas mãos de grandes corporações. Ao citar o caso do Mercado Brasileiro de Televisão, assim como outras mídias que estão concentradas nas mãos de grupos familiares, sendo a TV considerada o principal mecanismo das indústrias culturais no cenário atual.

É importante destacar o quanto esse veículo comunicacional de destaque merece a atenção, quanto aos conteúdos produzidos. Necessitando de debates com os mais variados segmentos da sociedade, não apenas discussões sem efetividade de ações, mas que resultem em produções que tragam conteúdos diversificados com uma gama maior de temáticas, inclusive com o cotidiano das pessoas que querem se ver nas telas das TVs.

Cabe ressaltar o papel decisivo do jornalista que vai além de repassar as informações, há uma missão maior que inclui a conscientização social por meio do que é apresentado como notícias. O espaço dos veículos de Comunicação Pública tem a missão de propagar conteúdos cidadãos. Somente com um trabalho baseado em alicerces com bases sólidas de participação da sociedade civil, confiando aos atores sociais dos mais diversificados segmentos um papel importante, muitas vezes relegado a interesses econômicos e políticos pela grande imprensa, somado a efetividade da participação social será possível uma mídia democrática capaz de dar voz e oportunidades para a construção de uma cidadania por meio da mídia.

REFERÊNCIAS

BECERRA, Martín. La televisión pública em América Latina: condicionantes y desafíos. P.179- 205. In: DOURADO, Jacqueline Lima. **Economia Política do Jornalismo: campo, objeto, convergências e regionalismo**. EDUFPI. Teresina. 2013.

BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César R. S. **TV pública, políticas de comunicação e democratização: movimentos conjunturais e mudança estrutural**. Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación www.eptic.com.br, vol. X, n.3, Sep. – Dic. / 2008.

BRITTOS, Valério & DOURADO, Jacqueline Lima. P. 39- 51. Avanços brasileiros da Economia Política da Comunicação: 25 anos de estudos, pesquisas e debates. In: MARQUES DE MELO, José & MELO, Patrícia Bandeira de (org.). **Economia Política da comunicação: vanguardismo nordestino/ Recife: Fundação Joaquim Nabuco, Editora Massangana, 2013.216p.**

COUTINHO, Iluska. Telejornalismo e público – Sobre vínculos com o cidadão, convertido em audiência. P. 21-42. In: **O Brasil (é)ditado**. Flávio Porcello, Alfredo Vizeu e Iluska Coutinho. (Orgs.). Coleção Jornalismo Audiovisual. V.1. Florianópolis: Insular, 2012.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Lisboa: Edifel, 1994.

BOBBIO, Norberto. **O futuro da democracia; uma defesa das regras do jogo /Norberto Bobbio; tradução de Marco Aurélio Nogueira.— Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.**

CARVALHO, José Murilo de. **Cidadania no Brasil**. O longo Caminho. 5ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.

DIB, Sandra. Korman.; AGUIAR, Leonel. Azevedo. de; BARRETO, Ivana. **Economia Política das cartografias profissionais: a formação específica para o jornalismo**. In: XIX ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2010. Disponível em < http://compos.com.pucRio.br/media/q6_sandra_korman_dib_leonel_azevedo_aguiar_ivana_barreto.pdf>. Acesso em 20/06/2015.

DUARTE, Jorge. Sob a emergência do (s) conceito (s) de comunicação pública. In: **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. 1ª ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2011. (Série Pensamento e Prática; v.4)

ESPING- ANDERSEN, Gosta. As três dimensões políticas do Welfare State. In: **The Tree Worlds of Welfare Capitalism**. Princeton: Princeton University Press, 1999.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A atualidade do jornalismo bases para sua delimitação teórica**. Tese (Doutorado)- Universidade Federal da Bahia, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea, 2003. Orientação. Prof. Dr. Antônio Albino Canelas Rubim.

FILHO, Adilson Vaz Cabral.. **As bestas do Apocalipse: a teoria adorniana da indústria cultural**. In: Teorias da Comunicação: Correntes de Pensamento e Metodologia de Ensino [recurso eletrônico]/ Organizadores Rose Maria Vidal de Souza, José Marques de Melo, Osvando J. de Moraes. São Paulo, INTERCOM, 2014. Disponível em <<http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/8ba840f439e5d6b8c5eb6ce94faeca68.pdf>> . Acesso em: 10/06/2015

FUENZALIDA, Valerio. **Televisão pública e mudança digital: tecnologia TV – audiências – formatos**. MATRIZES. Vol.9. n.1, 2015. P. 103- 126, 2015. DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v9i1p103-126>.

GIDDENS, Antony. **Para além da esquerda e da direita**. O futuro da política radical; tradução de Alvaro Hattner- São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1996.

HABERMAS, J. **Direito e democracia: entre facticidade e validade**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.

KERSTENETZKY, Celia Lessa. **O estado do bem- estar social na idade da razão: A reinvenção do estado social no mundo contemporâneo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012

LIMA, Venício A. de. **Comunicação, Poder e cidadania**. Rastros – Revista do Núcleo de Estudos de Comunicação. Ano VII – nº 7, outubro de 2006. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/rastros/article/viewFile/6009/5475>>. Acesso em 20 de julho de 2015.

LUCA, Tania Regina de. Direitos Sociais no Brasil. In: PINSK, Jaime. PINSKY, Carla Bassanezi (orgs.) **História da Cidadania**. São Paulo: Contexto, 2003.

MARSHALL, T. H. **Cidadania, Classe Social e Status**. Rio de Janeiro: Zahar.

MARQUES DE MELO, José. Mídia e Cidadania no Brasil. p. 21-33. In: MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina & SATHLER, Luciano. **Mídia Cidadã: utopia brasileira**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2006.

MARQUES DE MELO, José & MELO, Patrícia Bandeira de (org). **Economia política da comunicação: vanguardismo nordestino**. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, Editora Massangana, 2013.

MELO, Patrícia Bandeira de. **Comunicação: meios para a construção de direitos na era digital**. In: Políticas Culturais em Revista, 2 (4), p. 32-42, 2011.

MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

MIGUEL, João & MACAMO, Inácio Júlio. Economia política do jornalismo televisivo moçambicano P-110-126 In: DOURADO, Jacqueline Lima. **Economia Política do Jornalismo: campo, objeto, convergências e regionalismo**. UFPI. Teresina. 2013.

MORAES, Dênis de. **O capital da mídia na lógica da globalização** Ciberlegenda. Revista do Programa de Pós- Graduação em Comunicação da Unversidade Federal Fluminense, n.06,p.1-8, 2001. Disponível em: < <http://www.uff.br/ciberlegenda/ojs/index.php/revista/article/view/316/197> >. Acesso em 10/07/2015.

MOSCO, Vincent. **Economia Política da comunicação: uma perspectiva laboral**. P. 97-120. Comunicação e Sociedade, cadernos do Noroeste, Série Comunicação, vol 12 (1-2), 1999.

NOBRE, Heloiza Helena Matos & Gil, Patrícia. **Alternativas ao conceito e à prática da comunicação pública** In: Eptic (UFS), v. 15, p. 12-27, 2013.

NOVELLI, Ana Lúcia Coelho Romero. **O papel institucional da Comunicação Pública para o sucesso da governança** In: Organicom: Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas. 1º semestre de 2006, ano 3, nº 4. p.75-89.

PÉRSIGO, Patrícia Milano & FOSSÁ, Maria Ivete Trevisan. **A midiaticização da comunicação pública: um olhar sobre a discutibilidade dos escândalos políticos**. MATRIZES. Vol.9. n.1, 2015. P. 229-241, 2015. DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v9i1p229-241>

PERUZZO, Cecília M. Krohling. **Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendência**. In: Revista Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 26, n. 43, p. 67-84, 2005.

RAMOS, Murilo César. Comunicação, direitos sociais e políticas públicas. In. MARQUES DE MELO, J.; SATHLER, L. **Direitos à Comunicação na Sociedade da Informação**. São Bernardo do Campo, SP: Umesp, 2005.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único a consciência universal**. 19ª Ed; Rio de Janeiro: Record, 2010.

SODRÉ, M. **Antropológica do Espelho – Uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. A mistura dos gêneros e o futuro do telejornal. In: **60 anos de telejornalismo no Brasil: história, análise e crítica**/ Alfredo Vizeu, Flavio Porcello, Iluska Coutinho (orgs.).Florianópolis: Insular, 2010.

TEIXEIRA, Alberto. **Informação, Ação- Cidadã e Transparência: fortalecendo a democracia**. Fortaleza. Fundação Konrad Adenauer, 2007.

VALENTE, Jonas. **TV Pública no Brasil e sua inserção no modo de regulação setorial da televisão brasileira**. Dissertação (mestrado)—Universidade de Brasília, Programa de Pós- Graduação em Comunicação, 9 de julho de 2009. Orientação: Prof. Dr. César R.S. Bolaño.

VIEIRA, Liszt. **Os argonautas da Cidadania**. Rio de Janeiro: Record, 2001.