



Jornalismo-cidadão, democratização da informação, educação crítica e sociedade em rede como agentes de construção da cidadania

Marlene Branca Sólío¹

Lucas Araldi²

Lucas Demeda dos Santos³

Naira Rosana Albuquerque⁴

Resumo: Este artigo discute os conceitos *jornalismo-cidadão*, *democratização da informação*, *educação crítica* e *sociedade em rede*, como agentes de construção da cidadania. Evidencia sua interdependência, mostrando a importância da consciência crítica do sujeito social, no sentido de perceber as armadilhas ideológicas a que está exposto ao avaliar, sem reflexão crítica, o discurso da mídia que reproduz o capital simbólico de uma minoria detentora do poder, à qual não interessa uma sociedade mais justa e menos exclusivista. Num segundo momento, a título de proposta, apresenta o projeto **Aprendendo a ler produtos midiáticos criticamente**, desenvolvido em uma Escola Pública de Ensino Médio (piloto). O projeto exigiu observação etnográfica, a partir da imersão dos pesquisadores no campo, bem como a escuta e a análise do cenário.

Palavras-chave: Jornalismo-cidadão. Rede. Direito à informação. Crítica de mídia. Educação.

¹ Estágio pós-doutoral concluído em 2015, na UFRGS. Doutora em Comunicação Social pela PUCRS (2010), Mestre em em Ciência da Comunicação - Processos Midiáticos pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos - Unisinos (2002), Especialista em História Contemporânea pela Unisinos (1978) e em Produção de Imagens com Meios Tecnológicos pela Universidade de Caxias do Sul - UCS (2003). Especialista em Jornalismo Digital (PUCRS). Graduada em Comunicação Social - Habilitação Jornalismo pela Unisinos (1976), Licenciada em Estudos Sociais pela Unisinos (1982). Professora e pesquisadora na UCS. É editora da revista acadêmica *Conexão - Comunicação e Cultura* e Coordenadora do curso de Especialização em Comunicação Digital (UCS/PUC). É autora dos livros: "Comunicação, Psicanálise e complexidade: abordagem sobre as organizações e seus sujeitos", "Violência: um discurso que a mídia cala", "Jornalismo Organizacional - Produção e Recepção" e "Uma vida de amor" (histórias de vida). Estuda e pesquisa as áreas de: Comunicação Organizacional, design gráfico, mídia impressa e jornalismo online.

² Graduado em Jornalismo pela Universidade de Caxias do Sul (UCS). Tem experiência em radiojornalismo e redação publicitária. Possui interesse em pesquisar a relação entre política e comunicação, movimentos sociais e midiativismo.

³ Graduado em Jornalismo pela Universidade de Caxias do Sul. Atualmente é bolsista do Núcleo de Inovação e Desenvolvimento (NID) Observatório do Trabalho, da Universidade de Caxias do Sul. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Jornalismo; e na área de Ciências Econômicas, com ênfase em Emprego e Trabalho.

⁴ Graduanda em Comunicação- Social/Jornalismo pela Universidade de Caxias do Sul. Atualmente é bolsista BIC/UCS. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Jornalismo radiofônico e televisivo. Possui interesse em pesquisar a relação entre política e comunicação e movimentos sociais.

1. Introdução

Com este artigo pretendeu-se expor a fundamentação teórica que embasou um dos módulos do projeto de extensão **Aprendendo a ler produtos midiáticos criticamente**, desenvolvido originalmente pelo Grupo de Pesquisa em Comunicação Organizacional, Cultura e Relações de Poder (GCCOP), da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

Uma parceria entre aquela universidade e a Universidade de Caxias do Sul (UCS) levou a um desdobramento, adicionando-lhe etapa complementar. Inicialmente, um grupo de pesquisadores, bolsistas e voluntários desenvolveu oficinas com um grupo de estudantes do Ensino Médio, em uma escola da rede pública estadual. Seguiu-se, como no projeto inicial (UFRGS), minicurso com um grupo de professores na mesma escola. Os encontros buscavam desenvolver as competências para uma leitura crítica das mídias. O módulo acrescido em Caxias do Sul representou o desenvolvimento de palestras na comunidade do entorno da escola.

Pensa-se que o momento político que o País atravessa impõe a necessidade de reflexão sobre o papel da mídia/imprensa na construção social de nossa realidade. Quando a premissa da organização social mundial parece indicar a direção da pluralidade, da complexidade, da participação, de uma rede mundial, na qual indivíduos inserem-se em múltiplos grupos, a política nacional sinaliza a vigilância, o controle, o cerceamento cidadão, instrumentalizada no *slogan* “Escola sem partido”, o que fere gravemente as liberdades individuais.

Ao levantar essa questão, não se pode excluir o papel da grande mídia/imprensa como agente disseminador dessa ideologia, o que levou ao projeto aqui apresentado. Pensa-se que essa seja, por si, justificativa suficiente para sua implementação: uma forma de resistência à alienação dos sujeitos sociais, na tentativa de contribuir para sua emancipação, o que exigiu, antes da implementação propriamente, que se passasse pelos conceitos de *jornalismo-cidadão, democratização da informação, educação crítica, cidadania e sociedade em rede*.

2. Informação e democracia

Pensar a democratização da informação, como agente de desconstrução das desigualdades exige levantar aspectos que envolvem o lugar da participação na teoria democrática, visto que seu modelo preservou instituições ao longo dos séculos e se blindou com mecanismos limitadores dessa participação. As classes dominantes, historicamente inseridas nos núcleos de poder, contribuíram para criar a enganosa percepção de que o conjunto de peças que constituem o espaço político cumpria esse papel.

De acordo com Pateman (1992), as principais teorias democráticas, que fundamentaram os modelos de Estado predominantes, excluíram a participação como conceito fundamental, disseminando a compreensão de que participação em excesso seria nociva ao sistema político, visto que ideias antidemocráticas seriam práticas comuns dos indivíduos não ativos, no processo decisório.

É necessário, portanto, suscitar a discussão sobre a urgência em trazer a participação para o centro do debate político, uma vez que ele “tem sido obscurecido pelo mito da doutrina da democracia clássica.” (PATEMAN, 1992, p. 137). Assim, as teorias de participação propostas por Rousseau, Mill e Cole contribuem para o aprendizado da sociedade sobre o “efeito de participar”, conceito intrinsecamente relacionado à cidadania.

Tendo como fundamento a crítica à concepção “clássica” de democracia, torna-se necessário propor alternativas. Uma delas, por exemplo, seria possibilitar/suscitar a leitura crítica da mídia, como forma de criar consciência de classe, incentivar a participação e reforçar aspectos relacionados à cidadania, mesmo que em pequenos espaços.

Nessa perspectiva, compreende-se a democratização da informação como um elemento primordial no processo de construção do conceito de cidadania, porque a mídia é um poderoso instrumento de elaboração de verdades a serviço dos atores sociais hegemônicos, bem como da manutenção da concentração do capital social e econômico, o que remete a Althusser (2003), com seus Aparelhos de Repressão do Estado, e com os Aparelhos Ideológicos de Estado, que incluem, não se pode esquecer, a escola.

Embora a rede tenha rompido com a lógica emissor/receptor, ainda é forçosa a pressão que os conglomerados de comunicação exercem sobre os sujeitos sociais. As-

sim, a democratização da informação desponta como elemento essencial, no enfrentamento à possibilidade de que, no espaço das redes, se reproduza a estrutura de dominação dos demais meios.

Targino (2009) levanta que a filosofia de ação, para fomentar alternativas à mídia tradicional, passa pela popularização e pelo não mercantilismo de informações, sendo necessário, porém, cuidado para que o discurso de democratização da informação não se torne retórica ideológica, devido à operacionalização dos meios hegemônicos.

É o reconhecimento de que não há meios de comunicação únicos para um Brasil tão colorido (ou em preto e branco) como o nosso. E não se trata de fato isolado. Em pleno século XXI, com a cultura do pós-modernismo e a imposição do setor quaternário da economia, as disparidades institucionais, locais, regionais, nacionais e internacionais persistem, na América Latina, na Europa, na Ásia, enfim, nas diferentes regiões, a tal ponto que o clímax de cada inovação tecnológica tem seu próprio espaço, seu próprio tempo, seu próprio público, sem riscos reais de uma aldeia universal ou global em todos os aspectos. (TARGINO, 2009, p.117).

Sendo assim, democratização da informação é um processo que não requer apenas mudanças político-estruturais e profundas, tampouco a regulação dos meios de comunicação, mas a participação ativa e cidadã de atores sociais, invisíveis às lentes dos *mass media*, uma vez que “a responsabilidade dos meios de comunicação perante a construção permanente da democracia é por demais grandiosa para que interesses empresariais, privatistas e sem qualquer responsabilização e controles democráticos possam levá-la a cabo.” (FONSECA, 2011, p. 66). Dessa forma, é necessário considerar que a democratização da informação é importante elemento para a transformação da sociedade. Por meio dela, é possível desconstruir mitos, aumentar a abrangência das mensagens relevantes e dar voz a atores ignorados pelos veículos de comunicação, que hoje dominam o espaço simbólico.

3. Jornalismo e cidadania

Entende-se que o papel do jornalismo, em uma sociedade democrática, é atender ao interesse público (SILVA, 2010; ROTHBERG, 2010), compreendido, aqui, como a

socialização das informações essenciais para a ação “sobre o mundo e entre si”, de modo a “viabilizar ações e produzir efeitos sociais.” (CHAPARRO, 2012, p. 1).

Essa concepção se justifica a partir da constatação de que, em uma realidade social que ultrapassa o âmbito das relações pessoais imediatas, os meios de comunicação constituem elo entre o indivíduo e seu entorno. A partir do momento em que o pacto social vigente estabelece, como objetivo formal, a participação de todos os cidadãos nas decisões sobre os rumos da sociedade, esse elo se torna determinante para o exercício da cidadania.

Logo, como coloca Rothberg (2010), a relação notícia-público ultrapassa uma simples relação produto-consumidor, já que a notícia tem impactos de longo prazo na percepção dos indivíduos e nas consequências duradouras na sociedade. Dois pontos demandam atenção especial com a percepção desse cenário: todos os indivíduos têm direito à informação; logo, o jornalismo tem função social estabelecida – não a de transmitir a *verdade*, como consta muitas vezes no senso comum da profissão – mas a de apresentar a pluralidade de pontos de vista presentes na sociedade, sem importar o quão minoritários (quantitativamente) eles sejam, desde que não estejam totalmente alheios ao pacto social vigente (caso do discurso de ódio, por exemplo).

O reconhecimento desse último ponto é o que dá sentido à crítica de mídia. Como perceber se os meios de comunicação estão cumprindo o papel determinado a eles? De acordo com a teoria liberal da mídia, a simples separação dos veículos da esfera do Estado garantiria a qualidade de sua atuação, já que, como empreendimentos privados, eles dependem da aprovação do público para sobreviver. No entanto, Habermas explica que,

Na medida em que elas [organizações de imprensa] passam a se comercializar e a se concentrar no aspecto econômico, técnico e organizatório, elas se cristalizam, nos últimos cem anos, em complexos com grande poder social, de tal modo que exatamente a sua permanência nas mãos privadas é que ameaçou por várias vezes as funções críticas do jornalismo. (2003, p. 220-221).

O interesse público, na teoria liberal da mídia, foi confundido com o interesse do consumidor. Essa discrepância entre os objetivos sociais e comerciais da mídia foi percebida especialmente na Europa (ROTHBERG, 2011), o que fez com que os governos

passassem a regular fortemente a atuação dos meios de comunicação, com maior intensidade, a partir do surgimento das mídias eletrônicas, cujos empreendimentos demandam grande aporte de capital – o que inibe a capacidade de concorrência e faz o mercado tender ao monopólio⁵ – e a necessidade de uso de um bem público limitado, o espectro eletromagnético de transmissão.

No Brasil, porém, um histórico de patrimonialismo e clientelismo, além de experiências contínuas de autoritarismo estatal, é algum dos fatores que colocam em posição hegemônica a visão liberal do jornalismo e afastam qualquer possibilidade real de regulação e responsabilização da mídia. Dessa maneira, os meios de comunicação não cumprem seu objetivo em uma sociedade democrática e a audiência falha em perceber a atuação deles como apropriação indevida de um bem universal.

Permanecem invisíveis para o grande público noções primordiais que ajudam a compreender por que as notícias são como são (SCHUDSON, 2000 apud ROTHBERG, 2011): o fato de que o que é transmitido pela mídia passa pelos interesses dos meios de comunicação, como empreendimentos capitalistas que são e pelos filtros decorrentes de sua posição no mercado; como, a partir do momento em que se consolidam, os meios passam a ter relações estreitas com as elites políticas e econômicas e tendem a reforçar os pontos de vista delas sobre outros; como as limitações da rotina produtiva dos veículos e suas expectativas sobre o consumidor moldam os valores-notícia, que determinam o que (e de que maneira) será publicado; e, enfim, como os padrões culturais dos próprios jornalistas podem reforçar estereótipos e visões cristalizadas sobre os diversos temas.

Diante dessas questões, Silva (2010, p. 7) coloca uma discussão interessante. Na prática, seria o jornalismo exercício da liberdade de expressão tão fundamental à democracia ou, conforme a sociologia crítica, uma “atividade mercantil-burguesa a serviço da

⁵ No Brasil, nove famílias detêm o monopólio das comunicações: Abravanel (SBT), Bloch (Antiga Manchete), Civita (Abril), Frias (Folha), Levy (Gazeta); Marinho (Globo); Mesquita (O Estado de S. Paulo); Nascimento Brito (Jornal do Brasil); Saad (Band). O estudo “Donos da Mídia”, organizado pelo Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), revela que no Brasil menos de 10 famílias-empresas controlam 70% da mídia no Brasil. Somente a família Marinho (dona da Rede Globo de Televisão) detém quase 40% dessa fatia. Existem 9.477 veículos de comunicação, porém quatro grandes grupos nacionais controlam diferentes mídias, consolidando uma espécie de oligopólio no setor da comunicação. Disponível em: <<http://www.cut.org.br/noticias/romper-com-o-monopolio-dos-meios-de-comunicacao-para-consolidar-a-plena-democrac-d46a/>>. Acesso em: 15 jun. 2017.

dominação”? O autor resolve o embate considerando o jornalismo um processo em construção permanente que, apesar de servir “a dois senhores”, apresenta tendências emancipatórias.

Para Rothberg (2011), é necessário que a sociedade crie medidas para substituir a igualdade de acesso à informação *formal*, que não atende às necessidades de uma democracia, por uma igualdade de acesso à informação *real*, combatendo as distorções impostas pelo mercado. Ele cita o exemplo britânico, com seu sistema público audiovisual,⁶ em que canais públicos e privados competem em um mercado altamente regulado, como um modelo a seguir.

Outros autores, apoiados por iniciativa da Unesco (2010), têm se debruçado sobre os problemas da mídia no Brasil e oferecido caminhos, a partir da criação e aplicação de indicadores de qualidade da informação jornalística, que envolvem os jornalistas e os veículos de comunicação, além de ensaiar parâmetros para uma crítica sistemática dos meios pela sociedade civil.

Iniciativas assim, porém, necessitam da participação massiva do público. Não como consumidor, mas como cidadão. Rothberg (2011) identifica, na tradição do jornalismo público ou cívico,⁷ a busca por esse objetivo. O conceito surgiu nos Estados Unidos, na década de 90 do século XX, a partir de iniciativas de jornais, para recuperar a credibilidade perante o público, após uma sequência de coberturas superficiais e sensacionalistas de eventos políticos. Na prática, os adeptos do movimento se propuseram a sair do pretense patamar de autoridade, mantido pelo jornalismo, e a ouvir seu público, para receber críticas e sugestões de temas que poderiam orientar a agenda jornalística.

Conforme Rothberg (2011), é especialmente importante para o movimento a organização de meios de debate, dentro das comunidades em que os jornalistas buscam atuar, como forma de incentivar que os cidadãos pensem e busquem soluções coletivas para os problemas sociais. Para o autor:

⁶ Trata-se do *Public Broadcast System*, que tem como braço estatal principal a *British Broadcasting Corporation* (BBC).

⁷ Os conceitos são utilizados como sinônimos, mas estudiosos do tema associam jornalismo cívico com o objetivo de organizar as comunidades nas quais o jornalista está inserido para o exercício da cidadania, enquanto o jornalismo público se identifica em deixar mais transparente para a audiência o processo de produção das notícias.

O confronto de posicionamentos diversos, em fóruns públicos, se conduzido com critérios adequados, transparência e responsabilidade, pode levar, neste contexto, ao estabelecimento de visões menos autocentradas e mais sintonizadas à necessidade de obter soluções ótimas em termos de benefícios coletivos. Os dilemas envolvidos na deliberação de políticas públicas tendem a abandonar o terreno da disputa intransigente e passam a ser decifrados como escolhas administráveis com justiça e solidariedade. A opinião pública deixa, assim, o caráter de mero agrupamento de opiniões particulares isoladas para conquistar o *status* de perspectivas abalizadas de uma coletividade sobre problemas específicos, incluindo matrizes analíticas, julgamentos informados e propostas abrangentes. (ROTHBERG, 2011, p. 165).

Para o presente trabalho, é chave o esforço do jornalismo público em incentivar a participação da audiência, tanto na vida democrática quanto no próprio processo de produção de notícias, pelo mergulho do jornalista na vida cívica das comunidades. Emancipação é a palavra central. O público é participante, nunca espectador. O papel do jornalista é o de condutor do processo.

As críticas ao jornalismo público centram-se, especialmente, na falta de metodologia para a promoção dos debates entre o público, o que poderia reforçar visões historicamente hegemônicas dentro das comunidades, ao mesmo tempo em que “dá, aos participantes, a ilusão de agir em prol do bem comum, [mas] não enfrenta o poder das elites entrincheiradas e, assim, contribui de maneira eficiente para a manutenção do *status quo*”. (ROTHBERG, 2011, p. 175).

4. Educação e sociedade da informação

Na tentativa de prevenir esse cenário, o presente projeto busca respaldo na tradição da educação emancipatória, que tem papel fundante e irrevogável sobre o ser, constituindo-se fator importante na construção da autonomia crítica do cidadão.

Partindo desse ponto de vista, desde a alfabetização, o ensino deve ser um processo de conscientização, capacitando o educando para a libertação, a partir da leitura, da escrita e da interpretação críticas. Durkheim foi um dos precursores dessa ideia, chamada *educação liberal*. Para ele, educar é promover mudanças, sendo o professor um de seus agentes. Por meio da atuação em sala de aula, os educadores poderiam promover mudanças significativas na forma individual e coletiva de pensar e agir. Segundo esse autor

a educação é a ação exercida pelas gerações adultas sobre aquelas que ainda não estão maduras para a vida social. Tem por objetivo suscitar e desenvolver na criança um certo número de estados físicos, intelectuais e morais que lhe exigem a sociedade política no seu conjunto e o meio especial ao qual está particularmente destinada. (DURKHEIM, 2001, p. 52).

Na esteira de Durkheim, Dewey (1978) define a escola não como uma preparação para a vida, mas como a vida em si, constituindo ambas da expressão social e política do ser. “Assim, a escola se tornará um viveiro de novos e melhores predicados, como a democracia e o desenvolvimento social, que surgirão naquela sociedade” (DEWEY, 1978, p. 13-40), em contraposição à visão maniqueísta de ensino, pela qual “os educandos são os depositários e o educador o depositante” (FREIRE, 1999, p. 33), perpetuando o sistema de opressão.

A partir das críticas, Freire (1996-1999) defende a implantação da “educação libertadora”, que estimula uma relação dialógica e dialética em que a troca e a conscientização das partes são mais relevantes do que o conteúdo programático cru.

O importante, do ponto de vista de uma educação libertadora, e não "bancária", é que, em qualquer dos casos, os homens se sintam sujeitos de seu pensar, discutindo o seu pensar, sua própria visão do mundo, manifestada implícita ou explicitamente, nas suas sugestões e nas de seus companheiros. [...] A ação libertadora, pelo contrário, reconhecendo esta dependência dos oprimidos como ponto vulnerável, deve tentar, através da reflexão e da ação, transformá-la em independência. Esta, porém, não é doação que uma liderança, por mais bem intencionada que seja, lhes faça. Não podemos esquecer que a libertação dos oprimidos é libertação de homens e não de "coisas" [...]. Libertadora porque, implicando no enraizamento que os homens fazem na opção que fizeram, os engaja cada vez mais no esforço de transformação da realidade concreta, objetiva. (FREIRE, 1999, p. 30-34, 69).

A educação com poder emancipatório, segundo Freire, baseia-se em três pontos:

- a.** problematização: os temas de estudo devem estar de acordo com a realidade social do estudante, suscitando a análise do meio, o debate e a interação da escola com o meio no qual está inserido;
- b.** crítica: além de apresentar recortes do meio social, o educador deve promover a reflexão dos educandos, tornando-os críticos, questionadores do social, e fortalecendo, assim, o processo emancipatório e a cidadania;
- c.** reflexão – ação: normalmente, o aluno chega à escola com uma experiência de vida, ou seja, com uma práti-

ca, e recebe um saber “erudito” inquestionável. Assim, cabe ao educador auxiliar o educando a reunir essas diferentes vertentes de saberes, somando a teoria que lhe é apresentada à “prática” de vida que ele traz. Somente dessa forma ele estará pronto para levar conhecimentos à sua “realidade de vida”.

O projeto que se busca apresentar aqui caminha justamente nessa direção, enlaçando conceitos normalmente “esquecidos” ou apresentados ao sujeito social, de modo parcial e asséptico, características fundamentais para que o resultado do “jogo” não se altere.

Parte-se da escuta dos sujeitos sociais para a compreensão de sua realidade e conhecimento de seu “mundo de vida”, permitindo que se deem conta do papel da mídia tradicional como agente de perpetuação de um sistema injusto, seletivo e excludente. Acredita-se que o despertar da criticidade e o fortalecimento da autoestima possam contribuir para a solidificação do verdadeiro conceito de cidadania, para a construção de um jornalismo público e de uma sociedade mais democrática, que se pensa possível, a partir de pontos de fuga percebidos na sociedade contemporânea, dita da informação.

A sociedade da complexidade (MORIN, 2002) testemunha e promove transformação, que se pode definir como mais um marco consequente da evolução tecnológica. A primeira Revolução Industrial, datada do final do século XVIII, na Inglaterra, resultou em mudanças no comportamento/relações. Do mesmo modo, as duas guerras mundiais, ligadas à evolução da indústria armamentista, aproximam desenvolvimento e tecnologia. A Segunda Guerra Mundial (1939-45) é o marco da Sociedade da Informação, que em 1969 apresenta a Arpanet ao mundo e, em 1989, a WWW, Estrada do Futuro (GATES, 1995).

Finda a primeira metade do século XX, uma característica toma vulto, resultando em transformação cujos efeitos ainda reverberam: o processo de digitalização que inicia como tecnologia, mas infiltra-se no tecido social, com substancial influência sobre a comunicação.

A WWW, com lógica de rede, provoca a virtualização da informação e, mais do que isso, das relações. Paralelamente, esse contexto será responsável pela fluidificação do cotidiano e colará aos modos de ser/ver/viver uma lógica que vai na contramão do instituído: *brands* substituem fábricas; territórios já não definem territorialidade e fron-

teiras se fundem. Augé (2012) falará de “não lugares”, Bauman (2001) de relações líquidas e o capitalismo financeiro abalará o capitalismo produtivo.

A transformação de cenário implicaria novas perspectivas de mundo, com destaque na economia/política, motores do social. Testemunha-se o capital financeiro como “algoz” do produtivo que, por sua vez, será responsável por nova rodada de alterações presentes em conceitos como trabalho e emprego.

Variáveis que pareciam dissociadas exercerão tensão recíproca. A virtualidade, que inicia na tecnologia disseminando a informação pela lógica da rede, propicia uma reformulação nos modos de socialidade. A disseminação acelerada da informação fortalece o participacionismo. Emergem demandas como cidadania, interatividade, localidade, cooperação... em sintonia com o conceito-chave – rede, que “é não exclusiva porque a participação em uma rede não impede ou desestimula a participação em outras redes [...] e dá pouco espaço para práticas hegemônicas”. (ORTELLADO, 2004, p. 18).

Atualiza-se a ideia do jornalismo de enfrentamento vs. o da grande imprensa, dominada por uma elite econômica e a serviço de ideais comprometidos com a manutenção do *status quo* desse grupo. Fortalece-se demanda por um jornalismo-cidadão; o compromisso com o social e a responsabilidade em relação ao espaço público. Pontos de fuga à ordem instituída, gerados no próprio processo tecnológico, dão espaço à manifestação dos sujeitos sociais, que pressionam por gestão responsável e pelo respeito ao ecossistema, cobrando participação política efetiva e exigindo cota, na divisão de direitos.

Esses mesmos pontos de fuga, fortalecidos pelo eco de movimentos sociais, forjam espaço para uma imprensa comprometida com segmentos até então sem voz. Solidifica-se, no Brasil principalmente após 2013, uma imprensa ágil, desprovida de sofisticação/aparato, mas conectada à rede, replicando esse formato e otimizando tecnologias que lhe alcançam mobilidade e ubiquidade.

A virtualização permitiu, no mundo da vida, a aproximação concreta usuário/leitor e imprensa/jornalismo, ambos tecendo redes que permitem ao sujeito alguns passos na direção da libertação e à imprensa outros tantos na direção do jornalismo público, agente de transformação social.

O mundo passa por uma série de modificações, ora causa, ora efeito do novo modelo que se impõe. (MORIN, 2002). Essa nova tessitura do social está relacionada ao desenvolvimento tecnológico acelerado, principalmente a partir da última metade do século XX, quando a arquitetura das relações caminha na direção do formato-rede, amparada pela popularização das tecnologias. (CASTELLS, 2003).

Esse novo paradigma exercerá influência direta sobre os modos de comunicar. Se, de um lado, a palavra-chave dos novos tempos será comunicação, de outro, a notícia e a produção de conteúdo deixarão de ser privilégio de uma imprensa calcada no forte poder econômico de um pequeno grupo.

Um novo jornalismo abre espaço, não mais condicionado a pesados parques industriais e a sofisticados estúdios de produção, por exemplo.⁸ Um celular e uma rede *wi-fi* darão conta da transmissão do antigo “furo de reportagem” para o mundo.

Redesenhadas as relações de tempo e espaço, por conta dos processos tecnológicos, a produção de conteúdo, assim como sua entrega, terão, obrigatoriamente, novos formatos e exigirão um novo profissional, que deverá estar atento a conceitos como mobilidade, ubiquidade e rede (PALÁCIOS; CUNHA, 2012), intimamente associados a outro que irá dominar a cena: virtual. Esses são os aspectos centrais a considerar na formação do profissional do jornalismo na *web*. Ele precisa explorar com competência as possibilidades oferecidas pela rede na mesma medida em que precisa a ela responder contemplando valores como pluralidade, interatividade, partilha, complexidade e participação.

A matriz das tecnologias digitais está calcada no modelo-rede, que contaminou as formas de relacionamento no mundo da vida, ou seja, passa a funcionar na mesma lógica. Inserido nesse mesmo social, o jornalismo não poderia eximir-se da reestruturação que lhe é exigida. Ele precisa assumir-se digital, em rede, aglutinando as formas tradicionais de produção de conteúdo: texto, áudio, vídeo e foto, porém, considerando as especificidades do mundo virtual/digital e a transformação na relação tempo/espaço,

⁸ Na contramão dessa tendência e evidenciando a pluralidade/complexidade do jornalismo contemporâneo, testemunhou-se, em 19 de junho de 2017, a inauguração de novo e suntuoso conjunto de estúdios da Rede Globo: a nova redação dobrou de tamanho e passou a ter 1.370 m², ocupados por 189 postos de trabalho, 18 ilhas de edição, três de pós-produção, duas cabines de locução e salas de reunião – tudo ao redor do moderno estúdio do JN. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/tecnologia-deponta-favor-da-noticia-no-novo-estudio-do-jornal-nacional-21495374>>. Acesso em: 15.jul.2017.

o que significará novas narrativas, novos modos de produção, novas formas de relação com a notícia e, principalmente, com o leitor/usuário, além, evidentemente, de novas formas de contar histórias. É fundamental não esquecer que a sociedade da informação transformou esse leitor, que agora é mais exigente, mais criterioso, mais atento, com voz e com muita pressa.

5. Uma proposta de escuta

O projeto aqui apresentado nasce a partir de um programa de extensão desenvolvido na Universidade de Caxias do Sul (RS), integrado ao Grupo de Pesquisa em Comunicação Organizacional, Cultura e Relações de Poder (GCCOP), da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). A proposta **Aprendendo a ler produtos midiáticos criticamente** pretende levar a estudantes de Ensino Médio e a seus professores as competências necessárias à análise do discurso e à análise de conteúdo, desenvolvendo essa prática com o estudo da mídia.

O objetivo geral do programa é construir com estudantes, professores e comunidade um processo de análise crítica de produtos midiáticos, refletindo sobre gramáticas, enquadramentos, representações e suas relações com a construção da realidade social, no sentido de contribuir para uma sociedade sustentável e de respeito ao meio ambiente. Com o programa pretendeu-se, também, instigar um olhar crítico, por parte de estudantes de Ensino Médio, de escolas públicas em relação às mídias: **a.** promover capacitações para professores de escolas públicas sobre mídia e comunicação e sua relação com a difusão do paradigma da sustentabilidade; **b.** promover a divulgação e o debate sobre pesquisas nas áreas de comunicação e informação na comunidade; **c.** oferecer a alunos voluntários de pesquisa e bolsistas a possibilidade de um contato estreito com estudantes e professores secundaristas, desenvolvendo habilidades de ensino e pesquisa.

Desenvolver um programa desta ordem, envolvendo estudantes, por meio de oficinas, professores, mediante minicursos, e a comunidade do entorno da escola, com o auxílio de palestras, parece relevante na medida em que a mídia não apenas veicula conteúdos e informações: ela produz saberes. Nessa perspectiva, reportagens, propagandas, músicas, filmes, *games* e outros produtos midiáticos são vistos como materialidades

discursivas, que ensinam modos corretos de se vestir, qual futuro almejar, a quem admirar, qual o papel/lugar de cada um na sociedade em que vive. Assim, a mídia propõe determinadas “verdades” sobre o mundo. Por isso, torna-se necessário abrir e/ou reforçar um espaço de diálogo, nas escolas e na própria Universidade, sobre essa construção da realidade social. A proposta é realizar processos interpretativos para a avaliação crítica dos meios e de seus produtos, não apenas como instrumento de ensino, mas como forma de interação entre estudantes, professores, comunidade e o mundo em que habitam, estimulando a crítica sobre a produção de conteúdos midiáticos e sua relação com um mundo melhor.

6. Considerações finais

A partir de levantamento teórico, buscou-se fundamentar os conceitos de jornalismo-cidadão, democratização da informação, educação crítica e sociedade em rede, num primeiro momento. Em seguida, privilegiando uma postura de escuta e incentivando os princípios fundantes da educação libertadora (Paulo Freire), buscou-se conduzir, em sala de aula, uma discussão sobre o desenvolvimento e a importância da consciência crítica como um dos pilares da transformação social, na direção de um mundo menos exclusivo e injusto.

A resposta positiva ao projeto já fora constatada, quando da implementação inicial pelo GCCOP, na UFRGS (Porto Alegre). A etapa desenvolvida em Caxias do Sul buscou não apenas a disseminação de uma ideia bem-sucedida, mas a ampliação da esfera de atuação do projeto (Caxias do Sul), envolvendo alunos e professores como agentes disseminadores de discussão. Essa nova etapa, implantada a partir de 2017, permite que os estudantes apresentem à sua comunidade o resultado de seu engajamento, demonstrem soluções propostas para as questões discutidas, e encontrem, em seu espaço de vida, terreno propício para a transformação social, com uma postura dialética, que exige criação, ao lado do enfrentamento e da resistência.

Aprendendo a ler produtos midiáticos criticamente, desenvolvido em uma Escola Pública de Ensino Médio (piloto), exigiu observação etnográfica, imersão dos pesquisadores no campo, escuta e análise de cenário, o que significa dizer forte carga de

aprendizado aos pesquisadores, que precisaram deslocar-se da postura de portadores do saber, e significativa dose de autoestima dos estudantes, para os quais descortina-se, a partir da experiência, uma nova forma de “ler” o mundo.

Referências

- ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos ideológicos de Estado**. 9. ed., São Paulo: Graal, 2003.
- AUGÉ, Marc. **Não-lugares**: introdução a uma antropologia da sobre modernidade. Lisboa: Letra Livre, 2012.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- CAMARIN, Patrícia. **O nascimento da internet começou na Segunda Guerra Mundial**. (2012). Disponível em: <<https://webinsider.com.br/2012/04/07/o-nascimento-da-internet-comecou-na-2a-guerra-mundial/>>. Acesso em: 10 abr. 2017.
- CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- CHAPARRO, C. **Jornalismo na fonte**. 2012. O xis da questão. Disponível em: <<http://oxisdaquestao.provisorio.ws/wp-content/uploads/2016/05/Jornalismo-na-fonte-texto-atualizado.pdf>>. Acesso em: 7 jul. 2017.
- DEWEY, John. **Vida e educação**. 10. ed. São Paulo: Melhoramentos, 1978.
- DURKHEIM, Émile. **Educação e sociologia**. Lisboa: Edições 70, 2001.
- FONSECA, Francisco. Mídia, poder e democracia: teoria e práxis dos meios de comunicação. Revista Brasileira de Ciência Política, Brasília, n.6, jul/dez.2011. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbcpol/n6/n6a03.pdf>>. Acesso em. 3 jul.2017.
- FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia**: saberes necessários à prática educativa. São Paulo: Paz e Terra, 1996.
- FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. 26. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999.
- GATES, Bill. **A estrada do futuro**. São Paulo: Cia. das Letras, 1995.
- HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. 2.ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.
- MORIN, Edgar. **O método 2**: A vida da vida. Porto Alegre: Sulina, 2001
- PALACIOS, Marcos.; CUNHA, Rodrigo. A taticidade em dispositivos móveis: primeiras reflexões e ensaio de tipologias. In: **Contemporânea**, 10(3). p. 668-685. 2012.

PALACIOS, Marcos. O mundo no bolso e o contexto na palma da mão (prefácio). In: BARBOSA, Suzana; MIELNICKZUK, Luciana. **Jornalismo e tecnologias móveis**. 2013, p. 1-5. Livros Labcom. Disponível em: www.livroslabcom.ubi.pt. Acesso em: 10 jan.2014.

PATEMAN, Carole. **Participação e teoria democrática**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1.ed., 1992.

ROTHBERG, Danilo. Jornalismo e informação para democracia: parâmetros de crítica de mídia. In: CHRISTOFOLETTI, R. (Org.). **Vitrine e vidraça: crítica de mídia e qualidade no jornalismo**. Covilhã: Labcom, 2010. p. 21-34. Disponível em: <<http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/christofoletti-vitrine-2010.pdf>>. Acesso em: 7 jul. 2017.

ROTHBERG, Danilo. **Jornalismo público**. São Paulo: Ed. Da Unesp, 2011.

RYOKI, André. ORTELLADO, Pablo. **Estamos vencendo: resistência global no Brasil**. São Paulo: Conrad livros, 2004.

SCHUDSON, Michael. The sociology of news production revisited (Again). In: CURRAN, J.; GUREVITCH, M. **Mass media and society**. Nova Iorque: Arnold, 2000.

SILVA, Leonardo. Morais. O jornalismo como teoria democrática. In: CHRISTOFOLETTI, R. (Org.). **Vitrine e vidraça: crítica de mídia e qualidade no jornalismo**. Covilhã: Labcom, 2010. p. 7-20. Disponível em: <<http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/christofoletti-vitrine-2010.pdf>>. Acesso em: 7 jul. 2017.

TARGINO, Maria das Graças. **Jornalismo Cidadão: informa ou deforma?**. Brasília: UNESCO, 2009.

UNESCO. **Indicadores de desenvolvimento da mídia: marco para a avaliação do desenvolvimento dos meios de comunicação**. Brasília: Unesco, 2010. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102por.pdf>>. Acesso em: 8 jul. 2017.

Sites:

<<http://www.cut.org.br/noticias/romper-com-o-monopolio-dos-meios-de-comunicacao-para-consolidar-a-plena-democrac-d46a/>>. Acesso em: 15 jun. 2017.

<<https://oglobo.globo.com/economia/tecnologia-de-ponta-favor-da-noticia-no-novo-estudio-do-jornal-nacional-21495374>>. Acesso em: 15 jul.2017.