

A Participação Social na Cidadania Comunicativa

Social Participation in Communicative Citizenship

Ismar Capistrano Costa Filho

*Doutor em Comunicação Social pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFMG onde pesquisou os usos sociais das Rádios Zapatistas em Chiapas (MX). Fez mestrado em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPE, pesquisando a escuta sonora da Rádio Favela pela Internet. É graduado em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela UFC, onde atualmente, é professor do Curso de Jornalismo e pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da UFC e coordenador do Projeto de Extensão de Apoio a Comunicação Alternativa, Cidadã e Comunitária (Cacco).
Email: ismar.capistrano@ufc.br*

Resumo

A participação social é uma condição fundamental para a conquista da cidadania comunicativa, compreendida com a formalização, o reconhecimento e o exercício do direito à comunicação. Para diferenciar da pró-atividade dos usuários nas redes sociais, a participação é definida a partir das dimensões da inclusão social, da interação dialógica e da partilha de poder que são possíveis de alcançar a partir de iniciativas como a regulação da comunicação, a educação para a mídia, o fortalecimento da comunicação pública, comunitária e independente, a promoção do diálogo e a participação social na gestão das mídias.

Palavras-Chave

Cidadania comunicativa; Direito à comunicação; Participação social.

Abstract

Social participation is a fundamental condition for the achievement of communicative citizenship, understood through the formalization, recognition and exercise of the right to communication. To differentiate from the pro-activity of users on social networks, participation is defined based on the dimensions of social inclusion, dialogical interaction and power sharing that are possible to achieve from initiatives such as regulation of communication, education for the media, strengthening public, community and independent communication, promoting dialogue and social participation in media management.

Keywords

Communicative citizenship; Right to communication; Social participation.

Introdução

A participação tornou-se parte fundamental do discurso sobre a produção e consumo midiáticos. A colaboração dos usuários na internet, especialmente nas mídias sociais, cria uma constante expectativa de controle nas relações sociais mediadas pelas tecnologias. As pessoas, antes quase sempre resignadas a somente assistir a TV, escutar o rádio ou ler os impressos nos limites das ofertas, passam agora a não só ter uma quase infinita multiplicidade de opções de conteúdos para acessar em qualquer lugar e momento, mas também a possibilidade de produzir e compartilhar suas próprias mensagens. Como define Jenkins (2008), a convergência midiática não está somente no desenvolvimento tecnológico, mas também é representada por uma nova confluência da recepção, produção e emissão que rompe as fronteiras destes elementos no processo comunicativo.

Até que ponto podemos considerar esse cenário de convergência como a realização efetiva da participação? É possível diferenciar a interatividade pró-ativa e o alinhamento estratégico da participação social? Em que medida as plataformas digitais dos conglomerados da internet são ambientes participativos? Estes questionamentos são centrais para refletir sobre a participação nos meios e plataformas de comunicação e compreender as diversas manobras discursivas que confundem recursos de controle panóptico³ com distribuição de poder. Para analisar essa situação, partimos dos pressupostos da cidadania comunicativa como a consciência, a formalização e o exercício do direito à comunicação para, em seguida, compreender as dimensões da participação social na comunicação.

O reconhecimento jurídico da comunicação como uma garantia universal é um desdobramento das ideias de liberdade de imprensa da primeira emenda da Constituição dos Estados Unidos da América (1776), da liberdade de expressão da Declaração do Homem e do Cidadão da Revolução Francesa (1789), da Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948) e do Relatório “Um Mundo e muitas vozes” da Unesco, conhecidos também como Relatório MacBride (1978).

A liberdade de imprensa estadunidense consolida, em 1776, na Carta Magna, “o direito de imprimir como um direito individual natural” (LIMA, 2010, p. 46). Essa garantia livra da necessidade de qualquer autorização prévia para produzir e fazer circular as publicações. No entanto, não trata sobre o acesso e o conteúdo dos impressos. Do mesmo jeito que a responsabilidade do que se escreve é particular, o acesso aos meios também é privatizado, isto é, uma questão individual sem implicações sociais. A liberdade de imprensa é um direito que protege tão somente os indivíduos que possuem meios para produzir os impressos, confirmando a máxima liberal da inclusão condicionada pelas possibilidades econômicas de cada um. Para exercê-la, é necessário possuir uma gráfica, editora ou jornal. Quem não o tem, deve contentar-se com a condição de mero espectador/leitor, quando puder ler os impressos.

Já na Declaração de Direitos do Homem e dos Cidadãos, inspirada no pensamento iluminista e aprovada após a Revolução Francesa, em 1789, a liberdade de expressão é ampliada, além do direito de imprimir, para a garantia do respeito à fala e à escrita. Esse direito possui uma finalidade estabelecida pela livre comunicação das ideias e das opiniões. É uma liberdade que resulta da liberdade de associação política e da impossibilidade de molestar alguém por suas opiniões. Nesta perspectiva, é muito mais do que um preceito liberal em defesa dos proprietários dos meios de comunicação,

A teoria panóptica foi concebido por Jeremy Bentham como uma arquitetura de vigilância invisível para o controle do comportamento dos prisioneiros nas prisões. O conceito se popularizou com Michel Foucault ao se referir aos instrumentos sociais de controle invisíveis de vigilância e controle dos comportamentos das pessoas. Neste sentido, a coleta de informações das redes sociais digitais para personalização de propaganda pode ser considerada uma forma de controle panóptico, mas um reconhecimento de que todas as pessoas podem ter suas próprias ideias, manifestá-las livremente e associar-se politicamente com quem partilha de opiniões semelhantes. Diferente da liberdade de imprensa estadunidense associada ao direito de propriedade, a liberdade de expressão da Declaração Francesa é um direito político.

Durante a Segunda Grande Guerra Mundial, o correspondente da France Press, Jean Paul-Louis, invocou o direito social à informação num ambiente tensionado pela omissão e manipulação de informações sobre o conflito, tratadas como parte das estratégias militares. A ideia só veio a ser desenvolvida após a Guerra Mundial, quando em 1946, a recém-criada Organização das Nações Unidas (ONU) publicou a resolução 59 sobre a liberdade de informação. Essa garantia prevê tanto o direito de ter acesso às notícias que atualizam sobre a realidade social como o conhecimento da diversidade através das informações jornalísticas.

A ONU avançou, em 1948, na Declaração Universal do Direitos Humanos, do Direito Social à Informação para a Liberdade de Expressão por quaisquer meios independente de fronteiras. Esta garantia prevê não só a possibilidade das pessoas se expressarem, pela fala e pela escrita, suas opiniões e ideias, mas também o uso dos meios de comunicação massivos para isso. O Pacto dos Direitos Humanos de San José da Costa Rica prescreve a necessidade de regulamentar o acesso dos grupos sociais, excluídos dos grandes meios massivos, às rádios e TVs comunitárias. Esta perspectiva, no entanto, ainda trata tão somente do direito à transmissão, enquanto a comunicação é mais ampla, pois impescinde a recepção. Desta forma, Jean D'Arcy, Diretor dos Serviços Visuais e de Rádio no Escritório de Informação Pública da ONU, defendeu na Revista *European Broadcasting Union*, em 1969, que “virá o tempo em que a Declaração Universal dos Direitos Humanos terá de abarcar um direito mais amplo que o direito humano à informação, estabelecido pela primeira vez 21 anos atrás no Artigo 19. Trata-se do direito do homem de se comunicar” (FISCHER, 1982, p. 26).

Nesta perspectiva, a Unesco, agência da ONU especializada nos direitos à educação e à cultura, promoveu, nos anos de 1970, discussões sobre o fluxo global unilateral dos meios massivos (ESCUADERO, 2015). O debate foi motivado pelo Movimento dos Países Não Alinhados, fundada em 1961, em Belgrado, com 77 membros, que reivindicava a correção dos desequilíbrios comerciais no mundo com a criação de uma Nova Ordem Econômica Internacional (Noei). Os líderes dos Países Não Alinhados estavam conscientes de que, sem uma mudança no fluxo das informações, suas intenções financeiras não teriam êxito. A predominância na circulação de notícias, filmes, músicas, seriados e até desenhos animados produzidos por indústrias culturais dos países enriquecidos, favorecia a reprodução de um modo de vida baseado no *American Way of Life*, beneficiando o desequilíbrio da balança comercial com a demanda crescente por produtos importados destas nações desenvolvidas e a desvalorização das culturas locais. O Movimento dos Não Alinhados passou a exigir também uma Nova Ordem Mundial da Informação e Comunicação.

Esta questão chegou à Unesco que, liderada pelo norueguês Sean MacBride, reuniu, em 1977, 16 intelectuais de todos os continentes, entre eles, o colombiano Gabriel García Márquez e o chileno Juan Somavia, representantes da América Latina, para elaborar um relatório sobre a circulação global de informações e comunicações (LIMA, 2010). O documento reconheceu o grave desequilíbrio no fluxo de mão única, no qual os países enriquecidos concentravam a produção dos conteúdos midiáticos e os países empobrecidos eram predominantemente consumidores, reproduzindo valores, visão de mundo e modo de vida das nações desenvolvidas. O Relatório “Um mundo e muitas vozes” apresentado na Assembleia Geral da Onu de 1980, defende a democratização da informação e da comunicação através de políticas públicas para incentivar as produções regionais e diversidade cultural nos meios de comunicação (VANNUCHI, 2018). A reação, liderada pelo governo estadunidense do conservador e ex-ator Ronald Reagan rechaçou a proposta como uma conspiração internacional comunista e defendeu o livre fluxo do mercado da informação (KARAM, 1997).

O direito à comunicação, além da defesa da liberdade de expressão e da informação plural e diversa que possibilite a visibilidade para os diferentes modos de vida e visão de mundo, exige o reconhecimento dos receptores e usuários das mídias como sujeitos do processo comunicacional (COSTA FILHO, 2019). Para isso, é necessário garantir o acesso igualitário, a apropriação plena - inclusive com educação crítica para mídia - e participação social efetiva em todos os âmbitos dos meios e plataformas. A cidadania comunicativa é, nesta perspectiva, a consciência, a formalização e o exercício dessas garantias do direito à comunicação.

Como requisito fundamental do direito à comunicação, a participação possui múltiplos significados que exigem pensar seus inevitáveis aspectos políticos, sociológicos, éticos e psicológicos. Esse necessário percurso transdisciplinar nos leva a também às diversas

compreensões da participação, mas, ao mesmo tempo, deve impor fronteiras entre a participação e as relações verticais e autoritárias que a negam. Como toda produção epistêmica, essas reflexões se constroem amparadas por uma visão política da vida social, neste caso, voltada para a defesa da igualdade e da justiça social.

Abordagens sobre participação

A participação pode ser analisada em diversas abordagens. Neste artigo, utilizaremos as contribuições das abordagens política, sociológica, psicológica, ética e econômica. De acordo com Nico Carpentier (2019), a participação, nesta primeira abordagem, é analisada sob o prisma da distribuição de poder nas tomadas de decisão de um grupo social. Nesta perspectiva, são consideradas as simetrias e assimetrias das relações entre os sujeitos, classes e organizações sociais, a partir de questões como os conflitos e acordos políticos e os dissensos e os consensos nos processos decisórios. Os espaços onde se desenvolvem estas relações políticas se constituem em outra problemática central desta abordagem. No âmbito estatal, são refletidos os processos de descentralização das decisões através de políticas públicas de participação social que protegem os desprivilegiados da opressão dos grupos dominantes. Na sociedade civil, a democratização das instituições e de coletivos é analisada para compreender as formas de partilha de poder no âmbito não-estatal. Assim, questões como empoderamento, autonomia e emancipação são fundamentais tanto na construção da participação interna das organizações quanto na externa das relações entre os diversos grupos e classes.

Já na perspectiva sociológica, a participação é observada no sentido de pertencimento a uma comunidade ou uma sociedade. São os processos de inclusão e exclusão social que possibilitam ou não o reconhecimento de indivíduos e grupos culturais. Os níveis de isonomia, equidade e igualdade são centrais para caracterizar as interações sociais como participativas. Constituem-se elementos imprescindíveis, nesta abordagem, o respeito, a estima, a regulação moral e jurídica e a distribuição dos recursos cognitivos.

As questões da satisfação, do envolvimento e das motivações das pessoas nos processos participativos são analisadas na abordagem psicológica. A primeira problemática discorre sobre as possibilidades de realização e agradabilidade da participação política ou social. Já o envolvimento reflete sobre o nível de compromisso e as motivações que explicitam os impulsos à agência participativa.

Outras duas perspectivas atravessam inevitavelmente essas abordagens. A ética compreende a participação no campo deontológico. Isso significa que nem sempre as decisões baseadas na distribuição de poder são democráticas, pois a participação está no horizonte da processualidade e não dos valores substantivos do campo da ontologia. Por sua vez, a abordagem econômica analisa a distribuição dos recursos materiais. A partir das condições de sustentabilidade econômica dos sujeitos e grupos se cria condições para a autonomia, o empoderamento e a emancipação nos processos de tomada de decisões sociais e consequentemente os graus de distribuição de poder.

Numa visão que reúne essas diversas abordagens, pensamos a participação em três dimensões: inclusão social, interação e partilha de poder. Estes elementos são indissociáveis para caracterizar plenamente a participação nos processos sociais. A divisão serve apenas para a compreensão e detalhamento deste fenômeno, mas sempre numa perspectiva articulada.

Participação como inclusão social

Incluir socialmente significa inserir, introduzir e incorporar sujeitos ou grupos numa sociedade. É um processo elementar para torná-los parte e possíveis participantes. Essa ação, na perspectiva da teoria do reconhecimento (HONNETH, 2009), possui duas condições. A primeira representa, no campo jurídico, a gramática moral que permite a universalização e a ampliação de direitos. Somente com a consignação da igualdade perante a lei e a distribuição equânime dessas garantias, os indivíduos e grupos podem se sentir inseridos numa sociedade. Esse aperfeiçoamento normativo permite a autorrealização tanto no campo formal da legalidade, como pode garantir a integridade física e psíquica com a proteção estatal contra as violências, os abusos e as opressões. Os direitos possuem três aspectos: o formal, o reconhecido e o exercido. A primeira é a incorporação de uma garantia na lei que, no entanto, não assegura necessariamente o reconhecimento pela sociedade deste direito como legítimo, nem tampouco seu exercício. O processo para consignar uma reivindicação de um grupo social numa legislação, conquistar sua legitimidade e assegurar sua prática se constitui, por vezes, numa luta social em busca de uma mudança da gramática moral de uma sociedade para plena efetivação de um reconhecimento.

Na luta pelo direito à comunicação, a disputa gira em torno da conquista de uma regulamentação democrática que garanta o acesso universal, a visibilidade da diversidade e a plena participação social nos meios massivos e nas plataformas digitais. O objetivo é ampliar a liberdade de expressão ao assegurar que mais grupos possam se expressar e serem vistos (VALENTE, 2013). A regulamentação é composta pelo conjunto de leis e normas, que agregam desde portarias e decretos até artigos constitucionais, leis e códigos. Para a legislação favorecer à democratização da comunicação, precisa, de forma sinérgica, disciplinar, dentre várias questões, os oligopólios midiáticos, direito à resposta, conteúdo editorial diverso, defesa da produção local e independente, transparência das informações públicas, direito à privacidade e à honra, proteção de grupos vulneráveis, direito social à informação, empoderamento dos meios públicos, comunitários e alternativos, acesso universal às infraestruturas, letramento midiático e participação na gestão das mídias e plataformas.

Outro aspecto da inclusão é reconhecimento social que exige uma eticidade para promover o respeito e o apreço de um indivíduo ou grupo numa sociedade. Essa condição resulta do compromisso solidário com o outro como parte simetricamente integrante do social. A solidariedade representa não só a oposição ao preconceito, à segregação e à discriminação, mas pode configurar-se na realização de ações conjuntas. Estar incluído significa, nesta perspectiva, ser aceito e, sempre que possível ou necessário, integrado nas ações coletivas de uma sociedade. O reconhecimento social é assim uma ampliação dos sentimentos de tolerância e coabitação para a solidariedade. Enquanto o primeiro é a inadmissibilidade de aniquilação física e moral do outro e a segunda a aceitação do inevitável convívio com o diverso, o terceiro é a eventual integração que liga as pessoas entre si e cada uma a todas (WOLTON, 2019).

Na cidadania comunicativa, o reconhecimento social deve gerar a isegoria, o direito de todos de expor em público suas opiniões, vê-las discutidas, aceitas ou recusadas (VALENTE, 2013). Este preceito vai muito além da possibilidade de expressão, pois avança para a visibilidade pública. Ser reconhecido socialmente significa ter o direito de ser visto de forma equânime. A invisibilidade, por outro lado, é uma das formas mais graves de exclusão social (MARTÍN-BARBERO, 1998), porque, não só pode estar acompanhada da negação de outros direitos à bens materiais, mas significa a impossibilidade de ter as precariedades e reivindicações expostas. Para isso, o direito à comunicação necessita garantir políticas editoriais dos meios massivos e plataformas digitais sensíveis para a promoção da visibilidade

dos diversos grupos sociais, principalmente, os mais vulneráveis, excluídos, minoritários e segregados.

Assim, esta inclusão social demanda a construção de laços de pertencimentos entre os membros de uma sociedade. As identidades na contemporaneidade, marcadas por profunda diversidade e dissenso, é um desafio, pois cada grupo não só se diferencia dos outros, como, muitas vezes, se aparta em bolhas epistêmicas que formam câmaras de eco. Essa organização social, consolidada pela política dos algoritmos das redes sociais digitais, serve não apenas para fortalecer a visão de mundo de cada grupo como colabora para evitar as desgastantes e intermináveis discussões divergentes. Esta abertura da caixa de pandora através da globalização (WOLTON, 2004), ao invés de só aproximar as culturas, como a Aldeia Global idealizava (McLUHAN, 1969), tem intensificado os conflitos sociais. Neste contexto, os laços de pertencimento que gerem o encontro necessário à participação social, se fragilizam ou até mesmo se inviabilizam.

Neste sentido, o sentimento de cidadania é uma possibilidade de construção da pertença social necessária para o engajamento na vida pública de - e apesar - os diferentes e divergentes grupos sociais (CORTINA, 2005). Para isso, primeiro é necessário a autoconsciência da imprescindibilidade do público como espaço que garanta a autonomia individual e social (CASTORIADIS, 2006). A existência de cada grupo depende de garantias que não seja aniquilado por opositores, ou seja, depende da construção da política instituída e praticada nos acordos (MOUFFE, 1996). Segundo, para esta composição, é preciso a dedicação, na maior parte das vezes, abnegada na vida social. Assim o sentimento de corresponsável pelo espaço público da cidade, país e planeta é fundamental para a inclusão que promova a participação.

As plataformas e os meios comunitários e públicos são espaços privilegiados para a formação do pertencimento social. A comunicação comunitária exige a construção de laços identitários para reunir os partícipes em torno de um espírito e uma ação em comum. O fazer comunitário é um constante aprendizado da organização coletiva através da distribuição das tarefas e da tomada de decisões partilhadas. Há uma integração entre quem produz a comunicação e quem consome pois se inserem nos mesmos grupos culturais e possuem interesses semelhantes (PAIVA, 2007). O risco, no entanto, é o surgimento dos comunitarismos que é o isolamento dos grupos que gera uma incomunicação na sociedade. Por isso, o espaço de construção de laços de pertencimento deve ser ampliado para a comunicação pública. Os meios públicos, apesar de, quase sempre, serem mantidos por recursos estatais, não podem ser confundidos com comunicação governamental. A representação dos diversos segmentos sociais no conteúdo editorial e na gestão é a principal qualidade destas mídias.

Necessita, para isso, de uma independência que possibilita equilibrar a representação da sociedade civil, das instituições públicas e as organizações privadas. Essa articulação favorece a criação de laços identitários entre grupos que, mesmos diferentes e dissonantes, se organizam para aprender a compartilhar um mesmo espaço.

Neste sentido, cidadania se torna também em um constante processo de formação política que não pode prescindir da distribuição de recursos cognitivos. Ser incluído significa também ter acesso ao conhecimento produzido socialmente e contribuir com essa produção. Somente com a compreensão da realidade social e das garantias individuais e coletivas, é possível exercer a cidadania participativa que exige, para isso, processos educativos horizontais. A educação é concebida, nesta abordagem, como o respeito aos múltiplos saberes e à contextualização do conhecimento, ligando a palavra ação (FREIRE, 1968). Assim, a inclusão para a participação significa o reconhecimento jurídico e social, construído pelo pertencimento cidadão, criado através de um processo educativo dialógico.

A comunicação se relaciona com a educação em, pelo menos, dois aspectos. No primeiro, os meios massivos e plataformas digitais precisam promover o acesso ao conhecimento socialmente produzido, compartilhando os saberes dos diversos grupos sociais. O processo de midiaticização que torna os meios centrais nas sociedades, exige também que os conhecimentos fundamentais para a vida pública sobre a realidade política, ambiental e sanitária sejam partilhados nas mídias. No entanto, para que esse conhecimento seja inclusivo precisa ser produzido horizontalmente através da participação dos diversos grupos sociais na socialização de seus saberes. Outro aspecto da relação entre comunicação e educação reúne a educação crítica para mídia, a literacia midiática e a educomunicação. Apesar de apontarem para perspectivas diferentes, em comum essas abordagens propõe a aprendizagem para a leitura dos meios, a partir de uma visão crítica para compreender os interesses e as propriedades das mídias e a partir da apropriação desses meios para a produção colaborativa e emancipatória. Os ecossistemas comunicativos escolares são os ambientes privilegiados para essa prática.

A Interação na Participação Social

Outra dimensão da participação é a interação social. Interagir significa partilhar uma ação com alguém. É um ato relacional porque se dá para o entorno, além da própria pessoa. Na perspectiva de G. H. Mead (FRANÇA, 2007), esse processo é composto pelo gesto, o significado, a dupla afetação, a antecipação, a relação ternária e o arco reflexivo. O primeiro elemento se refere ao ato que constituem um estímulo para o interlocutor que interage com o sujeito. Quando esse gesto faz parte uma linguagem compartilhada pelos interatores, torna-se significativo e inculca não só o interlocutor, mas também quem produz, por isso causa dupla afetação. Neste processo de significação, há escolhas entre o repertório de gestos que poderiam ser utilizados representando também uma antecipação do conjunto de reações suscetíveis. É assim um movimento ternário porque põe em relação a outro interlocutor, há um ajustamento recíproco deste e o acabamento do ato. Trata-se, nesta abordagem, não de uma estrutura linear, causal e mecânica, “mas de uma dinâmica circular, de um movimento de reflexividade” (FRANÇA, 2007, p. 4). Essa relação de gestos significativos e conscientes caracterizam assim a interação.

A percepção do outro e a de si são fundamentais nos processos interativos (RECUERO, 2009). Nas relações sociais, os atores buscam a compreensão com quem interatua para selecionar os gestos e antecipar as reações. Na busca de controle desse entendimento alheio, se processa a construção de si como um ato narrativo e identitário de inserção ou não em determinados grupos simbólicos, compostos por elementos como universo cognitivo, linguagem, vestuário, presenças/ausências e posturas. Essa construção de si é endereçada ao outro e à sociedade. Interagir compreende assim o ego e o alter. “A ação de um depende da reação do outro e há orientação com relação às expectativas” (RECUERO, 2009, p. 31). Num cenário ideal, a interação exige a reciprocidade, mas nem sempre esse processo é mútuo. No estudo das redes sociais, Alex Primo (RECUERO, 2009) conceitua as interações que não possuem essa mutualidade, como reativas. São as conexões com respostas já previamente determinadas pelas plataformas digitais ou por um dos interactantes. Este mantém uma margem de controle no processo, diferenciando-o radicalmente de uma situação recíproca, que exige um nível de autonomia entre os partícipes.

Na perspectiva de cidadania comunicativa, as relações, que geram a isergonia, devem ter o predomínio de interações dialógicas. Isso significa que os agentes que interagem num processo comunicativo precisam buscar as trocas de informações, ideias, opiniões e argumentos, respeitando-se reciprocamente. Por isso, Paulo Freire (1968) considera que a base do diálogo é a confiança no outro. Só assim é possível estabelecer laços de “um encontro

em que os homens se tornam sujeitos de denúncia no mundo para sua transformação” (LIMA, 2004, p. 78). A comunicação assume, no diálogo, o aspecto de co-participação de sujeitos no ato de conhecer, contrapondo-se a transmissão e aproximando-se da democratização da vida social.

As motivações que levam a essa interação entre as pessoas são condições fundamentais para a efetivação da participação social. De acordo com Clay Sherky (2011), há motivações intrínsecas, aquelas na qual a própria atividade é a recompensa. “Agrupa diversas razões pelas quais uma pessoa pode ser motivada pela recompensa que uma atividade cria em e de si mesma” (SHERKY, 2011, p. 71). Existem também as motivações extrínsecas que dão uma recompensa externa à atividade e não à atividade em si. Sherky (2011) defende que o compartilhamento de dados na internet, quando motivado por recompensa externas, como o pagamento pelo serviço, esvazia a livre escolha e o prosseguimento da atividade quando essa recompensa é descontinuada. Ele explica que os amadores, alguém que faz algo por amor, são os atores indispensáveis para o partilhamento de dados. “(...) às vezes, as pessoas ficam felizes ao fazer coisas por razões incompatíveis com o fato de serem pagas” (SHERKY, 2011, p. 57).

Essa separação entre motivações extrínsecas e intrínsecas se revela artificial, pois a combinação entre esses estímulos não só é possível, mas, em muitos casos, inevitável. Alguém, por exemplo, que realize um trabalho remunerado pode também ter satisfação e motivação na atividade em si e ter escolhido esse ofício exatamente pela por esse prazer. Por outro lado, uma pessoa que faz uma ação abnegadamente pela realização pessoal pode ser recompensada e motivada pelo reconhecimento de seu voluntariado. O pensamento de causalidade linear entre motivação e ação precisa ser evitado porque ambas estão imbricadas numa reflexividade contínua. Mesmo com a impossibilidade desta divisão artificial entre fatores externos e internos, estes tipos de motivação, que se inter cruzam e não se excluem, são fundamentais para compreender que as interações inclusivas possuem estímulos intrínsecos, como o prazer em ajudar o próximo, em organizar a vida comunitária e em promover a cidadania. Muitas vezes, a motivação é tão interna que essas atitudes são realizadas anonimamente. No entanto, não se exclui o estímulo externo da reputação pelas ações nem a remuneração de profissionais dedicados ao serviço público. Compreender as motivações para o engajamento cidadão é fundamental para planejar a mobilização participativa.

Na comunicação comunitária, o voluntariado ou a profissionalização é sempre uma discussão que permeia a operacionalização dos projetos (PAIVA, 2007). Enquanto a segunda permite uma cobrança por qualidade e compromisso, a primeira possibilita a independência de recursos financeiros que, muitas vezes, causam a subordinação dos meios comunitários e alternativos a governos, grupos políticos ou religiosos. O voluntariado traz também o engajamento espontâneo, no entanto privilegia quem possui condições para dedicar seu tempo e pode excluir que precisa ser remunerado para dedicar sua participação num projeto de comunicação. Os meios precisam, a partir de suas realidades, encontrar um ponto de equilíbrio entre as duas formas de participação, a voluntária e a profissional, evitando, quando possível, somente uma dessas.

A interação, apesar de imprescindível para a efetivação da participação social, não é suficiente, nem pode ser substituída por tal. A confusão entre interação e participação pode escamotear a concentração do controle político e as assimetrias sociais que persistem em ambientes, como os das tecnologias digitais. “Essa manobra discursiva confunde participação e engajamento com alinhamento ativo dos usuários aos endereçamentos e propostas dos produtores de conteúdo das mídias digitais” (COSTA FILHO, 2019). A noção de resistência e oposição é, muitas vezes, desprezada nesta perspectiva. Assim, além do acesso - aqui chamado de inclusão - e da interação, Nico Carpentier (2019) defende que a participação se caracteriza pela partilha do poder.

Participação como distribuição de poder

A participação representa a partilha de poder para incluir os excluídos socialmente, assim define Sherry Arnstei (1969), após analisar os processos de promoção da participação social nos governos estadunidenses na década de 1960. A autora sistematizou oito degraus de amplitude do poder. O primeiro é o da manipulação quando os processos apresentados como participativos, na verdade, servem para encobrir o controle autoritário. A terapia é o segundo degrau, que abre espaço para expressão dos atores envolvidos numa tomada de decisão, mas suas posições não são levadas em conta. O terceiro degrau é o da informação, que coleta opiniões sobre questões para justificar a tomada de decisão, muitas vezes, sem ser influenciado por estas. Outras concessões mínimas de poder são a consulta, que consiste em escolhas pré-definidas que os participantes podem optar, e a pacificação, que negocia assimetricamente acordos para as decisões políticas. A participação efetiva se dá, de acordo com a autora, na parceria, na delegação e no controle. A parceria promove o compartilhamento com os cidadãos do planejamento e das responsabilidades de tomada de decisão através das estruturas que possibilitem a formulação de regras básicas através de algum tipo de negociação. Neste degrau, é necessária existência de uma organização popular na comunidade com lideranças responsáveis que prestam contas. “(...) o poder tem que ser conquistado pelos sem poder antes que ele seja compartilhado com os tomadores de decisão” (ARNSTEIN, 1969, p. 15). Já na delegação, os cidadãos assumem o poder deliberativo em um determinado plano ou programa com mecanismos de garantia do atendimento dos interesses da comunidade e da possibilidade de veto sobre o planejamento. No ponto mais alto da participação, está o controle cidadão que cria garantia para gerir um programa público ou uma organização com responsabilidade dos excluídos pela definição das ações e dos aspectos gerenciais. Há uma partilha de poder inclusiva para as decisões sobre o planejamento, a operacionalização e a gestão de uma política pública ou instituição.

Neste sentido, Cicilia Peruzzo (1998) caracteriza quatro níveis de participação na comunicação. O primeiro está nas mensagens, possibilitando que os receptores e usuários publiquem conteúdos pré-definidos por uma política editorial imposta. É uma falsa participação, servindo muitas vezes apenas para criar a falsa sensação de popularidade. Já a participação no nível da produção acontece quando os projetos de comunicação abrem espaço para seu público elaborar conteúdo, seja de forma colaborativa ou através de processos de formação. Esta iniciativa ainda não se enquadra como participação efetiva porque o conteúdo e a abordagem do que vai ser produzido pode ser imposto por quem controla os meios. Os níveis que promovem a partilha de poder são o planejamento, quando os destinatários decidem sobre os planos e diretrizes dos projetos de comunicação, e a gestão, quando tomam parte das decisões e administração. Esta participação efetiva na comunicação significa o exercício do direito comunicação dos usuários e receptores dos meios e plataformas de comunicação, não só com a possibilidade de produção e publicação, mas de partilha de poder sobre a gestão.

Esta equalização de poder, incluindo os excluídos na tomada de decisão, permite, segundo Carpentier (2019), três avanços. O primeiro é a obtenção e a manutenção do controle dos indivíduos e grupos sobre suas vidas cotidianas e a integração no espaço comum de acordo com seus modos autônomos. O segundo é a protetividade do cidadão comum contra a opressão de elites poderosas. E por fim, possibilita maior variedade de vozes no espaço público, o que pode facilitar a confrontação e a construção de acordos mais justos. Desta maneira, para o autor, a participação é uma forma de tornar as relações de poder equitativas, num contexto de decisões formais e informais, em distintos aspectos da sociedade.

A promoção da participação, para Pedro Demo (1996), é um esforço para reverter nossa propensão autoritária. “Falta de participação é uma tendência histórica. Primeiro

encontra-se a dominação, depois, a participação, se conquistada” (DEMO, 1996, p. 18). Para mudar essa disposição, é necessária uma constante autocrítica que faça os atores sociais reconhecerem essa tendência natural ao autoritarismo e se colocarem vigilantes para evitá-lo a partir da consciência que a partilha equânime de poder é fundamental para uma sociedade justa. Outra providência contra essa tendência autoritária é a criação de políticas que promovam a participação social na vida pública. Isso significa que o Estado deve institucionalizar a distribuição de poder com a sociedade civil, através de conselhos deliberativos, conferências sociais sobre políticas públicas, planejamento e orçamento participativos, entre outras iniciativas. A gestão pública deixa de ser uma delegação de um mandato, muitas vezes, conquistado por promessas, baseadas em marketing eleitoral, que raramente são cumpridas para tornar-se numa constante espaço de fiscalização e controle social.

O direito à comunicação exige o fomento de políticas públicas para, através da mediação da sociedade civil e do Estado, garantir a inclusão da diversidade social na visibilidade midiática. O planejamento destas políticas para ter coerência com a proposta de democratização da comunicação necessita ser participativa. O que inclui planos que prevejam consultas populares, audiências públicas e conferências. A transparência é imprescindível na implementação destas políticas, pois possibilita o acompanhamento e fiscalização da população, seja diretamente, seja por conselhos representativos e ouvidorias cidadãs. O intuito deste controle social é garantir a efetiva horizontalidade na distribuição do poder desde o planejamento à avaliação das políticas públicas de comunicação.

Esse processo demonstra que a autonomia da sociedade civil deve ser preservada através do que Demo (1996) chama de autopromoção. Isso significa, para o autor, que não há democracia sem compromisso também com a distribuição econômica emancipatória, além da partilha do poder, para romper com qualquer forma de paternalismo e assistencialismo. É um processo inclusivo que reverte as desigualdades histórico-estruturais que excluem grupos sociais desprivilegiados impedidos de ter condições dignas de vida e da autonomia necessária para exercer sua liberdade política. “É muito mais realista a mobilização da comunidade em torno de sua sobrevivência material, porque aí fazemos coincidir as duas faces da política social. (...)” (DEMO, 1996, p. 90). Nesta perspectiva, as ações distributivas, além da participação dos excluídos em suas decisões, devem apontar para romper com a dependência destas iniciativas e do Estado, criando e fortalecendo redes de economia solidária e local. Para isso, devem ser criadas oportunidades, isto é, condições objetivas para o acesso a meios de produção, e desenvolvidas capacidades para o exercício destas oportunidades, através da formação produtiva (SEN, 2011). No direito à comunicação, isso significa possibilitar a sustentabilidade financeira das mídias, principalmente, as públicas, independentes e as comunitárias, garantir condições de trabalho dignas dos profissionais da área e o acesso equânime dos usuários às tecnologias de informação e comunicação.

Considerações finais

A relação entre a participação social nas políticas de comunicação e a cidadania fundamental para superar a questão ética crucial do aspecto meramente deontológico das políticas participativas. Essas não devem esvaziar-se em procedimentos que podem levar à qualquer finalidade, inclusive sua negação. Tendo o objetivo definido de realizar a inclusão cidadã da diversidade social, a participação não se resume a ritos, mas se torna processo da ampliação de direitos e da democratização das sociedades. A participação se realiza e existe numa condição relativa à conquista cidadã.

Desta forma, a construção da participação social na cidadania comunicativa é um processo complexo, porque sua qualidade ontológica envolve questões sociais, psíquicas, políticas e econômica. A regulamentação dos meios, a construção de laços de pertencimento pela mídia, a visibilidade da diversidade social, o voluntariado e a profissionalização na comunicação pública, educação para a mídia e a interação dialógica compõem os desafios psíquicos e sociais da luta pela democratização da comunicação. Por outro lado, a dimensão política e econômica envolve participação social nos meios ampliada em diversos níveis, a distribuição de poder no planejamento e na gestão das mídias, as políticas públicas de democratização da comunicação, a sustentabilidade dos meios independentes e comunitários, as condições dignas de trabalho nas mídias e o acesso igualitário dos usuários. Essa luta social pela cidadania comunicativa, assim como a construção da participação social, é sempre um vir-a-ser, uma conquista processual, pensada em termos organizacionais como uma cogestão que significa “a conquista de espaço crescente na administração do próprio destino, sem ignorar que, pelo menos, em parte ele é imposto” (DEMO, 1996, p. 92).

Referências

- ARNSTEIN, Sherry R. Uma escada da participação cidadã. **Revista da Associação Brasileira para o Fortalecimento da Participação**. Porto Alegre/Santa Cruz do Sul, v. 2, n. 2, p. 4-13, jan. 2002.
- CARPENTIER, Nico; DUARTE, Ana; RIBEIRO, Fábio. Resgatar a participação: para uma crítica sobre o lado oculto do conceito. **Revista Comunicação e Sociedade**, vol. 36. Braga: Uminho, 2019, p. 17-35.
- CASTORIADIS, Cornelius. **Uma sociedade à deriva**. Aparecida: Ideias e Letras, 2006.
- COSTA FILHO, Ismar. **Os direitos do receptor-usuário na Cidadania Comunicativa** In: Anais do 42o. Congresso Brasileiro das Ciências da Comunicação. Belém, 2019.
- CORTINA, Adela. **Cidadãos do mundo**. São Paulo: Ed. Loyola, 2005.
- DEMO, Pedro. **Participação é conquista**. São Paulo: Cortez, 1996.
- ESCUADERO, Manuel C. **Claves para repensar los medios y el mundo que habitamos**. Bogotá: Ed. Desde Abajo, 2015.
- FISCHER, Desmond. **O direito de comunicar**. São Paulo: Brasiliense, 1982.
- FRANÇA, Vera Veiga. **Contribuições de G. H. Mead para pensar a comunicação**. In: Anais do XVI Encontro Anual da Compós. Curitiba: UTP, 2007.
- FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. São Paulo: Paz e Terra, 1968.
- HONNETH, Alex. **Luta pelo reconhecimento**. São Paulo: Ed. 70, 2011.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.
- LIMA, Venício A. **Liberdade expressão x Liberdade de imprensa**. São Paulo: Publisher Brasil, 2010.
- KARAM, Francisco. **Ética, jornalismo e liberdade**. São Paulo: Summus Ed., 1997.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1998.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1969.
- MOUFFE, Chantal. **O Regresso do Político**. Lisboa: Gradiva, 1996.

- PAIVA, Raquel. **O Retorno da Comunidade**. Rio de Janeiro. Mauad X, 2007.
- PERUZZO, Cicília. **Comunicação nos Movimentos Populares**. São Paulo: Vozes, 1998.
- RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- SEN, Amartya. **A Ideia de Justiça**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.
- SHERKY, Clay. **A Cultura da Participação**. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2011.
- VANNUCHI, Camilo. O direito à comunicação e a regulação dos meios. **Revista Galaxia** n. 38, mai-ago., São Paulo: USP, 2018. p. 167-180.
- VALENTE, Jonas. **Regulação democrática dos meios de comunicação**. São Paulo: Ed. Perseu Abramo, 2013.
- WOLTON, Dominique. **Pensar a comunicação**. Brasília: Ed. UNB, 2004.