
Cidadania e recepção: apropriações sobre práticas cidadãs mediatizadas no contexto da violência

Daniel Barsi Lopes¹

Resumo: Abordagem da maneira como os telespectadores se apropriam do conceito de cidadania proposto pela mídia hegemônica, atrelando-o ao combate à violência urbana, por meio do programa Linha Direta (1999-2007), exibido pela Rede Globo de Televisão. O foco se volta para as produções de sentidos feitas pelos receptores da atração televisiva; bem como para a reflexão sobre a atuação dos meios de comunicação como mediadores do exercício cidadão na contemporaneidade. A investigação empírica se desenvolveu a partir de estratégias multimetodológicas de pesquisa em recepção, possibilitando uma maior aproximação com os contextos dos sujeitos-informantes.

Palavras-chave: comunicação; cidadania; recepção

Resumen: El artículo explica como los espectadores han apropiado el concepto de ciudadanía que ofrecen los medios de comunicación hegemónicos, vinculado a la lucha contra la violencia urbana, a través del programa Linha Direta (1999-2007), que se muestra por la Red Globo de Televisión. El enfoque del artículo se vuelta para la producción de significados realizada por los receptores de la atracción televisiva, y para la reflexión sobre el papel de los medios de comunicación como mediadores en el ejercicio de la ciudadanía contemporánea. La investigación empírica ha sido desarrollada a partir de las estrategias multimetodológicas de recepción, lo que permite acercarse a los contextos de los sujetos-informantes.

Palabras-clave: comunicación; ciudadanía; recepción

Introdução

As modificações ocorridas ao longo do século XX resultaram em uma nova forma de relação entre os cidadãos, o Estado e as instituições representativas. Sem a identificação direta entre um indivíduo e um tipo de instituição, classe, ou ideologia, as décadas recentes presenciam o que tem sido

¹ Doutorando (Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação/Unisinos). Bolsista FUNCAP – Fundação Cearense de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico e membro dos grupos de pesquisa/CNPq “Processocom” e “Mídia, Cultura e Cidadania”. Mestre em Ciências da Comunicação (Unisinos).
E-mail: daniel_barsi@yahoo.com.br.

chamado de crise da representação política. Presenciamos atualmente a fragmentação do estado-nação como teto político, como uma forma importante de identificação e de reconhecimento (HALL, 2005). É neste contexto que se inscrevem as iniciativas da mídia em se tornar palco de visibilidade das demandas dos cidadãos.

É neste cenário de transformações e de atravessamentos midiáticos que o termo cidadania tem adquirido destaque nos últimos anos. Nunca se falou tanto no assunto, de uma forma tão diversificada, e por agentes tão distintos. É a cidadania dos eleitores, do consumidor, dos sujeitos urbanos, dos migrantes, dos grupos minoritários, e, principalmente, a cidadania midiaticizada, a qual os meios de comunicação de massa se auto-referenciam como propagadores. No espaço público hodierno, permeado pelo medo e pelo controle, a violência é pensada como “cidadania dilacerada” (TAVARES DOS SANTOS, 2002), como “fenômeno [que] adquire novos contornos, passando a disseminar-se por toda a sociedade” (TAVARES DOS SANTOS, 1999: 21).

Neste artigo abordaremos a maneira como os receptores apropriam-se do conceito de cidadania, atrelando-o ao combate à violência urbana, por meio do programa *Linha Direta*, exibido pela Rede Globo de Televisão entre os anos de 1999 e 2007. Interessa-nos, especificamente, a produção de sentidos feita pelos telespectadores a partir das mensagens emitidas com a atração. Como essa audiência consome pautas de cidadania – se consome, e que tipo de cidadania aí se processa – quando assiste ao programa? De que maneira a mídia pode atuar, de fato, como mediadora da experiência do exercício cidadão e em que medida isso acontece?

A cidadania midiaticizada no cenário da violência urbana

A sociedade global, ainda em fase de desenvolvimento, trouxe uma série de alterações e reformulações nas vidas dos sujeitos que dela participam. As relações de sociabilidade se reconfiguram; o desenvolvimento do capitalismo alicerça a segmentação social; a progressão contínua da mundialização fortifica o imperialismo, acarretando um processo de ocidentalização da cultura; as inovações tecnológicas são acompanhadas da precarização do trabalho e do desemprego. Ou seja, todos esses processos efetivados pela sociedade global contemporânea são “marcados pelo incremento não apenas das diferenças, mas também das desigualdades sociais e do mecanismo de seleção-exclusão social” (SOUSA SANTOS, 1994: 82).

O esgarçamento nas relações entre os indivíduos se faz sentir também através do rompimento dos laços de confiança e reciprocidade nas instituições socializadoras, tais como a família, a escola, a comunidade, etc., fazendo com que “sobre” muitos elementos para o Estado socializador, que, também vítima de um processo de desgaste de suas instituições, não dá conta de abarcar, ocasionando o constante e assustador aumento de contingentes populacionais abandonados a própria sorte (PAIS, 2001). Como consequência de todos esses fatores – e porque não dizer, também, como retroalimentador desses processos

– está a exacerbação do fenômeno da violência. A violência e a criminalidade surgem como elementos de uma espécie de resposta dos despossuídos à sociedade, como um artefato de visibilidade, de proporcionar luz às suas causas, aos seus anseios, à sua revolta com a exclusão e a desigualdade sociais (RONDELLI, 2000). A violência converte-se em um ato de comunicação, em um protesto contra “as grandes promessas da modernidade [que] permanecem incumpridas ou [cujo] o seu cumprimento redundou em efeitos perversos” (SOUSA SANTOS, 2000: 23).

A partir das transformações – trazidas pelo advento da urbanização, da globalização e da midiaticização² – ocorridas nas formas dos indivíduos se relacionarem entre si e nas suas formas de interações com os meios de comunicação e com as instituições a cidadania, o sentimento de ser cidadão, de pertença a uma comunidade, antes praticados preponderantemente pelas relações “face-a-face”, pelas identidades locais, pelas interações territorializadas, e, principalmente, pela atuação do Estado, passam a ser, também, intercambiados pela mídia. E, cada vez mais, esses intercâmbios são sentidos de forma mais forte. Não podemos deixar de perceber em nossa sociedade contemporânea o fato de que o fenômeno da midiaticização parece afetar todas as práticas sociais existentes, passando a fazer parte de nossa cotidianidade, muitas vezes, segundo se observa em Mata (1999), atuando como mediação entre os sujeitos e as instituições. Ou seja, o combate ao fenômeno da violência passa a ser não mais empreendido somente pelo poder público, mas liderado também pela televisão, a partir de suas formas múltiplas de atuar nesta questão³.

Com a globalização e as inovações tecnológicas as instituições clássicas acabam perdendo parte de seu peso. Dá-se, então, segundo Carvalho (2002, p. 225), “a redução do papel central do Estado como fonte de direitos e como arena de participação”. Ainda segundo Mata (2000), percebemos, com o processo de midiaticização, uma significativa tendência de substituição das instituições oficiais – partidos, órgãos governamentais, instâncias judiciais – como o lugar para a representação cidadã, pelos meios massivos de comunicação. Mas como será que isso se processa na prática? Será que quando vamos ao concreto observável e analisamos os dados empíricos constatamos de fato a preponderância dos meios de comunicação como ambiências de prática cidadã para a população?

É bastante relevante, para a discussão acerca desta temática, que atentemos ao exponencial crescimento dos espaços de visibilização de demandas na mídia. Para confirmar isto, basta percebermos na Internet e em várias revistas e jornais de circulação nacional – especialmente em seções do

² “Tendência à ‘virtualização’ ou telerrealização das relações humanas, presente na articulação do múltiplo funcionamento institucional e de determinadas pautas individuais de conduta com as tecnologias de comunicação” (SODRÉ, 2002: 21).

³ Como exemplo, podemos citar a passeata contra a violência exibida na telenovela *Mulheres Apaixonadas* (2003), em virtude da bala perdida que matou a personagem Fernanda, misturando realidade e ficção.

tipo “Seus Direitos” ou “Ajuda” – a quantidade de casos de insatisfação e cobrança de resoluções, por parte dos leitores, em relação a bens e serviços que são agilizados e/ou resolvidos a partir da intervenção do veículo midiático. É nesse cenário, então, que os indivíduos recorrem ao *Linha Direta* em busca de solução para crimes mal ou sequer resolvidos pela justiça.

Orozco Gómez (2003: 11) questiona “Cómo se está constituyendo el sujeto individual y colectivo como ciudadano de un país e del mundo, cuando la mayor parte de su constitución está mediatizada por sus múltiples vínculos com médios y tecnologías de información?”. Problematizando a questão posta pelo autor, indagamo-nos se os cidadãos substituem mesmo a procura pelos órgãos oficiais, tais como Procon e Decon⁴, etc. (no caso de soluções para problemas relacionados ao consumo de bens e serviços) pela busca de resoluções através dos meios de comunicação ou se essas instâncias formais continuam tendo espaço em uma sociedade mediatizada como a nossa.

Para Mata a mediatização da cidadania parece estar em avançado estágio. A autora (2006)⁵ diz que “os meios proclamam-se como o espaço para exercer o direito à cidadania. O espaço que supre a carência de cidadania”. A mesma teórica (2002) ainda completa, afirmando que passa a ser do sistema midiático a empreitada de agenciar a articulação de interesses coletivos, que concorrem como elementos de disputa pela hegemonia – que, por sua vez, também se instala nas instituições midiáticas. Corroborando com Mata, Bucci (2004: 33) nos diz que “o que não é visível não existe. O que não tem visibilidade não adquire cidadania”.

É nesse contexto de destaque à publicização dos acontecimentos que se insere o *Linha Direta*, um programa que se auto-referencia como um executor de cidadania, por tornar conhecidas histórias de crimes (e seus acusados) não resolvidos pela justiça brasileira. É na visibilidade que se encontra a grande “arma” do programa para combater a violência urbana.

Investigando a cidadania mediatizada no *Linha Direta*

Sinteticamente, podemos dizer que o *Linha Direta* exibe uma pequena reconstituição da vida da vítima e do acusado envolvidos em crimes não resolvidos pela justiça – focando em como ambos se conheceram e passaram a se relacionar – e uma simulação detalhada do crime. Também são feitas entrevistas com familiares e amigos da vítima, personagens que clamam por justiça e mostram-se indignados com a impunidade no país. Autoridades e especialistas também são entrevistados, dando suas opiniões sobre o caso, trazendo veracidade e respaldo ao que está sendo contado pela atração. Após a simulação as fotos dos foragidos são exibidas e um número de telefone para a denúncia anônima é mostrado. Para encerrar o programa são veiculados os nomes dos foragidos capturados através da denúncia do telespectador e os

⁴ Programas de proteção e defesa do consumidor.

⁵ Conferência de Maria Cristina Mata na Universidade do Vale do Rio dos Sinos. 29 de março de 2006.

respectivos vídeos, divulgando detalhes da prisão, enfatizando a figura do “criminoso” (já condenado antecipadamente pelo *Linha Direta*) algemado, o verdadeiro troféu da atração televisiva.

O *Linha Direta* construiu para si uma imagem de programa de “utilidade pública”, pois está a serviço da sociedade, em busca de solucionar os casos que a justiça, por sua “lentidão e incompetência”, não foi capaz de resolver. A atração quer para si um lugar de mediadora, de interlocutora entre a sociedade e a justiça, colocando-se, em muitos casos, acima da própria justiça, fazendo o papel dela, o papel que, segundo o discurso do programa, ela havia deixado de fazer. A denúncia, o fato de o telespectador poder denunciar por telefone, sem ser identificado, o paradeiro do foragido é o grande trunfo do programa, o que, para a emissora, é o diferencial em relação aos outros, que “mostram por mostrar”, sem nenhum comprometimento com a população, sem dar a oportunidade de participação a esta sociedade, “ávida por justiça”.

Interessa-nos, especificamente, apreender como os telespectadores interpretam essa proposta cidadã do programa. Será que só a visibilidade ofertada pelo *Linha Direta* é suficiente para que a atração televisiva seja convertida em uma ferramenta na luta contra a violência urbana, em favor da cidadania, na visão do receptor? De saída, faz-se fundamental destacar com qual sentido de recepção estamos tratando e qual a visão que temos do receptor⁶. O telespectador é ativo porque produz sentidos sobre aquilo que “recebe” dos meios de comunicação. As leituras que processa acerca do que é ofertado são atravessadas por múltiplas relações que constrói ao longo de sua trajetória social, familiar, educacional e com a própria mídia.

Ou seja, é absolutamente válido termos em mente que a recepção não é um processo estanque, que se inicia quando a televisão (ou outro meio de comunicação) é ligada e finaliza-se quando a TV é desligada. A recepção é, portanto, um processo contínuo, que abrange uma série de esferas da vida do telespectador. “[O receptor] não é um simples decodificador daquilo que o emissor depositou na mensagem, mas também um produtor” (MARTÍN-BARBERO, 1997: 287).

Este artigo foca algumas questões e mostra parte dos resultados obtidos com uma investigação maior, desenvolvida em nosso mestrado⁷. A estratégia colocada em prática foi de uma pesquisa multimetodológica (LOPES, 2000) em recepção. Se o objeto da pesquisa é multidimensional e tem vários contextos diferentes vinculados a ele, ou seja, se ele é multi, requer, igualmente, uma estratégia metodológica também multi. É fundamental termos em conta que

⁶ O termo “receptor” foi resgatado propositadamente, para percebermos que a nomenclatura é passível de muitas críticas devido ao seu reducionismo. Como nos lembram Gomes e Cogo (1998: 21), “no processo comunicativo torna-se impossível identificar emissão e recepção quimicamente puras”.

⁷ “Violência e cidadania na sociedade midiaticizada: o programa *Linha Direta* sob a ótica da recepção”, defendida pelo autor deste artigo no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos em fevereiro de 2008.

cada uma das técnicas contempla uma coisa específica, mas acaba por obscurecer outra, revelando apenas uma face do objeto. Bonin (2007)⁸ afirma que devemos tentar descobrir todas as “faces do cubo”, e, para isso, devemos utilizar as estratégias multimetodológicas, com a finalidade de que cada técnica sirva a um determinado propósito, possibilitando, ao final, termos o máximo de faces desvendadas.

Participaram da pesquisa, de caráter qualitativo, 30 sujeitos-informantes, em uma etapa exploratória, na qual utilizamo-nos de questionários (com 13 perguntas fechadas e 3 abertas). Posteriormente, na fase de aprofundamento, 7 telespectadores foram selecionados para responder a uma entrevista semi-estruturada com mais de 50 perguntas, divididas em sete blocos temáticos. Na última etapa da investigação os mesmos 7 sujeitos-pesquisados participaram de um videofórum, no qual eram exibidos trechos do programa e debatidas questões referentes aos temas de interesse da pesquisa, semelhante a um grupo de discussão, mas tendo a mídia televisiva como elemento central no encaminhamento dos assuntos a serem discutidos, mediados pelo pesquisador.

Os 7 informantes foram selecionados numa tentativa de trazer diversidade à pesquisa, tal qual é diverso o cenário de telespectadores do programa, conforme dados do IBOPE⁹. O universo é composto por 3 jovens trabalhadores de uma fábrica de tintas em Caxias do Sul/RS; por 2 mães de família da Vila São Jorge, em São Leopoldo/RS; e por 2 indivíduos de classe média, moradores da Grande Porto Alegre/RS.

Em nossa pesquisa, do ponto de vista da cidadania midiaticizada, algumas questões merecem destaque e as produções de sentidos sobre elas serão refletidas no próximo tópico deste artigo. Alguns dos assuntos discutidos com os sujeitos-informantes foram:

- 1) O que você acha que é ser cidadão?
- 2) Em qual atividade do seu dia-a-dia você mais se sente cidadão? Por quê?
- 3) Como você acha que pode contribuir com a sociedade?
- 4) Você acha que os meios de comunicação em geral podem ajudar você a exercer a sua cidadania? De que forma?
- 5) De que maneira você acha que a televisão pode contribuir com isso, com a cidadania das pessoas?
- 6) Acha que o *Linha Direta* é um programa de utilidade pública ao denunciar os criminosos foragidos? Acha que ele faz um bem à sociedade?

⁸ Na apresentação da palestra “Multimetodologias em Recepção”, inserida dentro do ciclo de conferências sobre metodologias transformadoras, organizado pelo grupo de pesquisa Processocom/Unisinos. São Leopoldo, 30 de novembro de 2007.

⁹ Fonte: IBOPE – MediaQuiz/2007.

7) O *Linha Direta* dá visibilidade a uma série de crimes. Acha isso positivo, porque faz com que as pessoas passem a se proteger mais? Ou acha negativo, porque aumenta a sensação de medo e insegurança na população?

8) Você já foi a algum meio de comunicação para reclamar de algum serviço que não foi prestado corretamente?

Produções de sentidos: a relação entre mídia e cidadania para os telespectadores do *Linha Direta*

Sentidos individuais de cidadania

Perguntados sobre o que significa ser um cidadão, tanto os colaboradores de classe média como o grupo das mães de família da Vila explicitam uma visão mais individualista do termo. “Que eu possa viver minha vida digna, ética, sem violência” (Indivíduo de classe média 2, 30 anos). A fala das mães de família reproduz uma relação entre cidadania e educação, responsabilidade, bondade, dentre outras virtudes de caráter. “É ser uma pessoa honesta, [...] que não faz mal a ninguém” (Mãe de família da Vila 2, 48 anos). Ou seja, percebemos aqui, a partir das falas dos colaboradores, a noção de uma cidadania mais vinculada aos próprios atos, à própria conduta, ao cultivo de sua honra, enfim, relacionada às mediações individuais (OROZCO GÓMEZ, 2003), negligenciando a participação na vida pública, nos movimentos da sociedade. O sentido coletivo do conceito de cidadania não é percebido nas posições desses dois grupos de sujeitos-pesquisados, diferentemente do que acontece no grupo dos colaboradores da fábrica, que já apresenta uma idéia de ser cidadão mais vinculada à coletividade, abrangendo o grupo social como um todo, e não de forma compartimentalizada (PINSKY e PINSKY, 2005). “Pra mim, ser cidadão é, primeiramente, respeitar os outros moradores da cidade, votar, preservar a tua cidade, [...] e tentar contribuir para uma sociedade melhor de algum jeito” (Jovem da fábrica 3, 19 anos).

Com relação à atividade exercida ao longo do dia que mais faz os telespectadores do *Linha Direta* sentirem-se cidadãos, presenciamos um destaque às mediações institucionais (OROZCO GÓMEZ, 1991), ou seja, aqueles atravessamentos advindos das instituições de referência, tais como a família, a escola e o trabalho, por exemplo. O exercício laboral, bem como também o estudantil, por meio do ambiente universitário, surge como o afazer primordial no sentido de constituir o “sentir-se cidadão” dos sujeitos-pesquisados, sem distinção dos grupos, ao longo de suas jornadas diárias. “Eu me sinto mais cidadã quando eu vou pro serviço trabalhar” (Mãe de família da Vila 2, 48 anos). “Eu acho que na faculdade, por causa que trabalho muito com trabalhos sociais” (Jovem da fábrica 2, 25 anos).

É quando os colaboradores da pesquisa são perguntados sobre o que poderiam fazer para dar a sua contribuição à sociedade que vemos emergir o destaque dado por esses sujeitos às associações da sociedade civil. Pelo menos na teoria – já que poucos dos telespectadores do *Linha Direta* pesquisados

efetivamente praticam ações desse tipo na atualidade – o terceiro setor surge aqui como uma instância capaz de viabilizar o interesse dos cidadãos em colaborar com o espaço público coletivo (PINSKY e PINSKY, 2005). “*De vez em quando* (grifo meu) eu ajudo uma entidade carente. E aqui dentro do condomínio a gente faz campanha pra isso de vez em quando. Feito uma caixa [para doação] de livros que fui eu que coloquei” (Indivíduo de classe média 1, 44 anos). “Contribuir fazendo trabalho social também, né? Trabalho voluntário. Arrumando tempo pra fazer isso. Acho que podia contribuir mais” (Jovem da fábrica 1, 28 anos). Apesar de todo o discurso em prol das associações da sociedade civil, e do interesse em ajudá-las e delas participar, ficou claro que são mais planos para o futuro do que atividade do presente, pois poucos são os que efetiva e cotidianamente se inserem nessas práticas de solidariedade e de cidadania.

Cidadania e visibilidade

Perguntados sobre a possibilidade de os meios de comunicação ajudarem aos indivíduos no exercício de sua cidadania, a grande maioria dos colaboradores afirma que a mídia pode atuar sim na construção do sentimento de ser cidadão em seus espectadores, especialmente a partir da informação, da visibilidade que dá a determinados assuntos. “A informação é tudo. [...] Se tem a informação, se tem o acesso, ele [o indivíduo] vai poder fazer a sua cidadania, vai poder praticar a sua cidadania” (Indivíduo de classe média 2, 30 anos). “Mostrando mais os direitos, os deveres das pessoas. Mostrando onde as pessoas podem buscar auxílio quando estão precisando” (Jovem da fábrica 1, 28 anos). “O pouco que eu sei, quando falarem pra mim, eu estou sabendo [...] porque ela [TV] tá transmitindo pra mim uma coisa que eu não sei” (Mãe de família da Vila 2, 48 anos).

Ou seja, o que podemos refletir a partir da fala dos sujeitos colaboradores da pesquisa é a existência de uma profunda relação entre informação, visibilidade e cidadania. Para a maior parte dos telespectadores do *Linha Direta* investigados o fomento à cidadania se dá especialmente quando a televisão mostra os fatos, corporifica os acontecimentos através das imagens, tornando-os visíveis. Percebemos, aqui, o destaque para as mediações videotecnológicas (OROZCO GÓMEZ, 1996), ou seja, os atravessamentos engendrados pela própria televisão. “Acho que é feito [incentivo à cidadania pela TV] quando eles mostram esses assassinos. Se não fossem eles a gente não teria como saber, né?” (Mãe de família da Vila 2, 48 anos).

Eu acho que a televisão praticamente age mais do que a justiça normal na resolução desses casos, porque esse [caso do programa exibido no videofórum] passou dez anos, foi dito ali, e eles ainda estão buscando pistas (Jovem da fábrica 3, 19 anos).

Questionados sobre a atuação do programa como um serviço de utilidade pública, a imensa maioria dos sujeitos-pesquisados afirma que sim, que ele presta um bem à sociedade ao expor as histórias de crimes mal-resolvidos e disponibilizar um número de telefone para a denúncia anônima. “O programa tem esse lado cidadão, que é de promover justiça, tentar prender, tentar fazer

justiça, passar informação de foragido, tentar esclarecer dúvidas” (Indivíduo de classe média 2, 30 anos).

Mídia como mediação entre a sociedade e as instituições

Questionados se já haviam recorrido aos meios de comunicação na tentativa de solucionar casos nos quais haviam se sentido lesados na compra de bens e/ou serviços, a totalidade dos colaboradores da pesquisa afirmou que não tinha apelado à mídia ainda nesse sentido. Não pela ausência de situações vivenciadas por esses sujeitos nas quais o recurso aos meios de comunicação se faria necessário, mas sim por falta de motivação. “É... precisar eu precisei, mas é que eu não fui atrás. Não adianta” (Jovem da fábrica 2, 25 anos). “Não, não... já perdi muita coisa. [...] Chegava pro gerente e falava [...] ‘eu vou pro jornal’ (grifo meu) [...] mas nunca reclamei” (Mãe de família da Vila 1, 49 anos).

Como podemos observar, a partir dos posicionamentos dos colaboradores da pesquisa, a mídia, pelo menos potencialmente, pode atuar como uma instância de solução e de encaminhamento das demandas dos cidadãos. Segundo Brito (2007)¹⁰, “é fato [...] que na mídia você é mais bem acolhido. O judiciário tem toda uma burocracia própria, uma estrutura própria que pode acabar não motivando o recurso a ele nos momentos de necessidade”. Mas é quando vamos ao concreto empírico que, muitas vezes, deparamos com situações que nos fazem repensar o que dizem as teorias sobre a midiaticização da sociedade. O que sentimos com relação à postura dos sujeitos-pesquisados nesta investigação, é que as possibilidades na interação mídia & demandas dos cidadãos fica mais restrita à ordem da potencialidade, não sendo efetivamente posta em prática por eles. Os colaboradores, independentemente do grupo em que estão inscritos, têm consciência dos meios de comunicação como instâncias de visibilidade, porém não se interessaram, pelo menos até agora, em submeter suas necessidades à esfera midiática.

Considerações finais

O processo de produção de sentidos, feito pelos telespectadores investigados, acerca do programa e de seu conteúdo cidadão demonstrou ser atravessado por uma série de instâncias, dentre as quais podemos citar, especialmente, as mediações “institucionais” e “videotecnológicas”, sem esquecer a “mediação cultural” – visto que a inserção desses sujeitos sociais em uma sociedade penetrada pela cultura da violência altera sobremaneira a visão de mundo deles. A família e o trabalho (ou estudo) mostraram-se como elementos de grande importância atuando na maneira como os sujeitos-pesquisados (re)apropriam as mensagens emitidas com o *Linha Direta*. Ou seja, são as instituições que de forma mais presente participam em nosso cotidiano – como a família e o trabalho – que atuam como os principais mediadores nas

¹⁰ Eduardo Brito, pesquisador do NEV-USP – Núcleo de Estudos da Violência da Universidade de São Paulo, em entrevista concedida ao autor deste artigo em 3 de maio de 2007.

maneiras com as quais os telespectadores do *Linha Direta* se relacionam com esta atração televisiva e com suas pautas de cidadania.

A presença da mediação “videotecnológica”, entretanto, não pode ser diminuída ou negligenciada. Além de aparecer nas competências que alguns dos sujeitos adquiriram para ler as entrelinhas do programa e das lógicas midiático-televisivas (especialmente o grupo dos jovens), esta surge com destaque nos processos de interação entre o programa e seu público pesquisado, especialmente no que concerne à preponderância que a informação e a visibilidade, possibilitadas pelos meios de comunicação de massa, adquirem nos posicionamentos dos telespectadores. Para a maior parte dos telespectadores do *Linha Direta* investigados neste artigo o programa tem sim uma atuação que deve ser respeitada, na medida que proporciona visibilidade a diversos crimes até então impunes. Ou seja, é justamente aí, na informação, que reside o elemento de cidadania do *Linha Direta*, na perspectiva dos sujeitos-pesquisados. O objetivo cidadão do programa é atingido justamente quando o alcance e a penetrabilidade da televisão possibilitam que a população de um país de proporções continentais como o Brasil fique ciente de um crime ocorrido seja no norte ou no sul da nação.

Mas será que essa noção de cidadania – vinculada intrinsecamente, e tão somente, à informação e à visibilidade – é suficiente para fazer de um veículo de comunicação (ou um programa) um “canal de cidadania”? Sendo assim todos os meios de comunicação atuariam sob uma postura cidadã, pois a totalidade deles, bem ou mal, informa. Mas é a qualidade da informação e, principalmente, as conseqüências e os encaminhamentos que essa informação podem ter, no sentido de transformação estrutural – e não paliativa – de uma situação, que para nós qualificam uma atividade e uma prática midiática como cidadã.

É importante salientar, também, que a informação *per si*, isoladamente, não significa nada, e não age para mudar uma situação tão enraizada como a da violência urbana em nosso país. A informação é apenas uma etapa do processo e sem um complemento acaba por perder grande parte de sua eficácia. Simplesmente mostrar crimes e exhibir acusados para que eles sejam presos através da denúncia do telespectador não viabiliza uma cidadania efetiva e completa, já que todo o processo – da estrutura social que possibilita e solidifica o crime aos diversos tipos de punição – não é refletido pelo público.

Também vale a pena refletir sobre a quantidade de crimes que a mídia não visibiliza, contradizendo nitidamente sua função de “palco” das demandas sociais. Imaginemos quantas milhares de cartas contando histórias de crimes não solucionados são enviadas ao *Linha Direta* e acabam sendo vetadas pela produção, já que apenas dois casos são mostrados por programa. Nessas situações, como saber o que deve e o que não pode ser tornado público? Como a mídia decide quem merece ou não adquirir visibilidade? E como ficam os cidadãos que querem expor suas demandas aos meios de comunicação e têm seus problemas cortados pelas edições midiáticas? Será mesmo tão fácil chegar à mídia e tão complicado ter acesso às instâncias jurídicas como muitas vezes alguns pressupostos teóricos nos querem fazer pensar?

E cabe-nos perguntar se a visibilidade proporcionada pela mídia é sinônimo irrestrito de cidadania e de melhoria na condição de vida de seus espectadores. A maior velocidade dada pelo fenômeno da midiaticização aos acontecimentos nem sempre tem somente benefícios como consequência para a sociedade. Quando a exposição à mídia confere agilidade, por exemplo, a determinados processos de proteção ao consumidor tem-se, então, o lado positivo dessa dinamização. No entanto, quando a mídia passa por cima do andamento da justiça (sendo ele lento ou não), que tem um ordenamento prévio a seguir, tais como fatos a apurar, provas a analisar, testemunhas a depor, etc., ela pode, muitas vezes, na ânsia pela velocidade no fluxo dos acontecimentos, condenar ou absolver antecipadamente um indivíduo.

O público dos meios de comunicação (em especial os telespectadores do *Linha Direta*) aparenta saber das potencialidades de se ajudar a construir o exercício cidadão a partir do vínculo entre a mídia e a sociedade, mas parece não estar sendo encaminhado (pela própria mídia) para o máximo aproveitamento dessa relação. O que ficou nítido – a partir das falas dos sujeitos-colaboradores dessa investigação – é que a mídia, no sentido de ajudar a construir a cidadania de sua audiência, tem atuado mais como informadora do que como formadora. A experiência que se tem observado na mídia hegemônica, de maneira geral, mostra que a cidadania é incentivada pelos meios de comunicação através da visibilidade, especialmente. Mostrar as coisas e os acontecimentos aos espectadores é fazê-los cidadãos, é o que aparenta a partir da postura da grande mídia, quando deveríamos todos saber que a informação é apenas o primeiro passo – etapa essencial, sem dúvida –, mas que, sem o acompanhamento de uma série de outras atitudes e campanhas, não consegue agir como elemento transformador da sociedade.

Talvez o grande diferencial de uma cidadania atrelada à mídia que não tenha na visibilidade seu único atributo é, como se diz no ditado popular, “não dar o peixe, mas ensinar a pescá-lo”, ou seja, sair da ótica assistencialista e efêmera, que visa quase sempre algum tipo de retorno (especialmente financeiro) para quem “dá o peixe”, para entrar em uma perspectiva não mais paliativa, mas que efetivamente, de forma paulatina e consciente, possibilite uma mudança de comportamento e uma ruptura com a ordem social desigual e excludente. A cidadania midiaticizada, analisada no programa *Linha Direta*, no entanto, tem ficado restrita à virtualidade, ou ao desenvolvimento apenas parcial de seu possível desempenho na sociedade contemporânea.

Para finalizar, assumimos como relevante e suscitador o fato dos sujeitos-informantes desta pesquisa afirmarem que nunca procuraram os meios de comunicação como instrumento para a resolução de seus problemas, mesmo sabendo desta possibilidade conferida à mídia. É quando partimos dos resultados empíricos para discutir a teoria que podemos, de algum modo, tentar romper com essa visão que parece dada e discutir o papel preponderante da mídia na vida dos sujeitos contemporâneos, na construção de seu exercício cidadão. Afinal, nem tudo que tem visibilidade adquire cidadania.

Referências

- BARSI LOPES, Daniel. *Violência e cidadania na sociedade midiaticizada: o programa Linha Direta sob a ótica da recepção*. 2008. 275 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). Centro de Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos.
- BUCCI, Eugênio. *Videologias: ensaios sobre televisão*. São Paulo: Boitempo, 2004.
- CARVALHO, José Murilo. *Cidadania no Brasil: o longo caminho*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.
- GOMES, Pedro Gilberto; COGO, Denise. *O adolescente e a televisão*. Porto Alegre: IEL; Editora Unisinos, 1998.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.
- LOPES, Maria Immacolata. *Uma metodologia para a pesquisa das mediações. Coletânea mídias e recepção*, São Leopoldo, maio, 2000.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997.
- MATA, Maria Cristina. Comunicación, ciudadanía y poder: pistas para pensar su articulación. *Revista Diálogo de la Comunicación*. Lima, n. 73-74, p. 47-58, jun, 2002.
- _____. De la presencia a la exclusión: La obliteración del conflicto y el poder em la escena mediática. *Revista Diálogos de la Comunicación*. Lima, n. 59-60, p.166-173, out, 2000.
- _____. De la cultura masiva a la cultura mediática. *Revista Diálogos de la Comunicación*. Lima, n. 56, p. 80-89, out, 1999.
- OROZCO GOMÉZ, Guillermo. Los estudios de recepción: de um modo de investigar, a uma moda, y de ahí a muchos modos. *InTexto*. Porto Alegre: UFRGS. N. 9, 2003.
Disponível em: <http://www.intexto.ufrgs.br/n9/a-n9a6.html>. Acesso em: 15 nov. 2006
- _____. Televidencia y mediaciones. La construcción de estrategias por la audiéncia. In: OROZCO GOMÉZ, Guillermo. *Televisión y audiéncias: um enfoque cualitativo*. Madrid: Ediciones de la Torre, 1996, p. 79-94.
- _____. Recepción televisiva: três aproximaciones y uma razón para su estudio. México: Universidad Iberoamericana. (*Cuadernos de Comunicación y Practicas Sociales* n. 2), 1991.
- PAIS, José Machado. *Ganchos, tachos e biscates*. Porto: Âmbar, 2001.
- PINSKY, Jaime; PINSKY, Carla Bassanezi. *História da cidadania*. São Paulo: Contexto, 2005.

-
- RONDELLI, Elizabeth. Imagens da violência e práticas discursivas. In: PEREIRA, Carlos Alberto Messeder; RONDELLI, Elizabeth; SCHOLLHAMMER, Karl Erik; HERSCHMANN, Micael (orgs.). *Linguagens da violência*. Rio de Janeiro: Rocco, 2000, p. 144-162.
- SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.
- SOUSA SANTOS, Boaventura. *A crítica da razão indolente: contra o desperdício da experiência*. São Paulo: Cortez, 2000.
- _____. *Pela mão de Alice: o social e o político na pós-modernidade*. Porto: Afrontamento, 1994.
- TAVARES DOS SANTOS, José Vicente. Microfísica da violência, uma questão social mundial. In: *Ciência e Cultura. Revista da SBPC - Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência*, São Paulo, ano 54, n. 1, julho de 2002, p. 22-34.
- _____. Novos processos sociais globais e violência. In: *Violência e mal estar na sociedade. São Paulo em perspectiva*, São Paulo, V. 13, n. 3, jul. / set., 1999.