



JUVENTUDE E OS NOVOS ESPAÇOS SOCIAIS DE CONSTRUÇÃO E NEGOCIAÇÃO DOS SENTIDOS

Mauro Wilton de Souza

RESUMO — *Juventude e os novos espaços sociais de construção e negociação de sentidos.* Comunicação e educação são processos sociais que se complementam desde sempre na história humana. Escola e *Media*, no entanto, vivem hoje relação de conflito, quando não, de fragilidade de parcerias. O texto procura identificar como esse conflito se acentuou nas últimas décadas, devido também à forma como se interpretou o processo social da comunicação contemporânea. Um olhar revisitado sobre comunicação vem sendo construído, possibilitando rever a relação entre escola e *media* como espaços referenciadores para o jovem, na construção social do sentido da vida numa sociedade democrática.

Palavras-chave: *educação, mídia, ressignificação, espaço público, cultura, juventude.*

ABSTRACT — *Youth and new social space of construction and sense negotiation.* Communication and education has traditionally been viewed as complementary social processes along human history. Notwithstanding school and media are known to keep nowadays a conflicting relation, at best a weak partnership relation. It is our aim to verify the increasing effect of the conflict in the last decades, also due to contemporaneous interpretative theories on this matter. A new interpretation on communication is being proposed enhancing school and media relation as referencial for teenagers in their social construction of a *Weltanschauung* enlightened by democratic values.

Key-words: *education, media, ressignificance, public space, culture, youth.*

DIMENSÕES CONFLITIVAS ENTRE ESCOLA E *MEDIA*

Enquanto processos sociais, Educação e Comunicação são institucionalizações históricas que têm perpassado o tempo e o espaço da vida humana. No entanto, se a escola tornou visível a operacionalização do processo educacional, sob diferentes maneiras de se organizar e de se efetivar ao longo da história, a visibilidade do processo comunicacional teve temporalidade distinta.

As diferentes *media*, ou meios de comunicação social, são uma realidade de séculos recentes. A visibilidade do processo comunicacional ao longo da história esteve sempre dependente da compreensão desse mesmo processo como sendo eminentemente sustentado na comunicação interpessoal, estágio primeiro e sempre atual da vida social, mais tarde na comunicação coletiva *mediada* pelos suportes tecnológicos, estágio de séculos recentes e ainda hoje hegemônica, inicia-se o estágio contemporâneo da comunicação imaterial nas formas da comunicação virtual.

Assim, se educação e comunicação são processos sociais históricos, a escola e os *media* vivenciaram temporalidades distintas. Se admitido que a comunicação através dos *media* é um processo generalizado só recentemente, pode-se dizer que esse é um processo interativo recente, deste século, e marcado pelo conflito. Alguns momentos históricos explicitam a direção desse conflito.

Foi no contexto de desenvolvimento do capitalismo, na formação social norte-americana, durante o processo de industrialização, que se deu a confluência de duas questões hoje compreendidas como fundamentais no processo que depois se generalizou por outras formações sociais capitalistas: primeiro, a chegada da industrialização e da urbanização evidenciou a importância dos grandes contingentes urbanos e a emergência do que foi então denominado de “sociedade de massa”; segundo, a imprensa escrita e o rádio começaram a ocupar lugar significativo na vida social, para além da comunicação apenas interpessoal, mas coletiva, nos grandes centros urbanos então emergentes.

Aí talvez se expressou pela primeira vez, de forma mais generalizada, a preocupação com o lugar social dos *media* na vida urbana social. É bem verdade que, em períodos anteriores da história, o lugar social da imprensa na vida política já havia sido apontado, por exemplo, na constituição do espaço público burguês¹, assim como na identificação do telégrafo, do telefone e do rádio atuando na transformação da vida social². Mas foi neste especial contexto da formação social-industrial do capitalismo norte-americano que a questão se colocou como fenômeno social e como questão imediata da vida coletiva.

A relação social dos *media* emergentes foi então longamente estudada e pesquisada, sob condições de pesquisa intensamente apoiadas, buscando entender sua significação na construção da opinião pública, do voto eleitoral, mas sobretudo no comportamento de crianças e de jovens, e de seu lugar influenciando a violência social³. Comunicação e educação talvez tenham encontrado seu primeiro grande ponto de conflito: os *media* foram vistos como pouco reforçadores da ação educacional formal.

Esse conflito se ampliou décadas mais tarde com a expansão generalizada da televisão, fazendo criar em todo o mundo, após os anos cinquenta, o que é chamado de cultura da imagem. A imagem eletrônica tornou-se hegemônica do processo de comunicação coletiva e se sustentou na informação e na diversão bem como na sequência sedutora de programações voltadas ao ficcional. E, ao fazer isso, se contrabalançou, como que se opondo, ao que poderia ser chamada como a cultura até então hegemônica através dos séculos, a cultura da escrita. É bem verdade que hoje se questiona a existência da oposição entre escrita e imagem, mas as marcas destas experiências ainda são próximas: a escola trabalha a reflexão, o saber, o conteúdo, valendo-se primordialmente dos códigos da escrita e de suas construções intertextuais; os *media* se voltam para o lazer, a diversão, a ficção, a informação, sob os códigos do som e da imagem e a sedução dos diferentes suportes tecnológicos de que se servem. Aí se definiu o muro ainda hoje vigente entre escola e *media*, entre escrita e imagem, entre pensar e lazer, entre saber e informação: os papéis sociais destas instituições foram colocados como que em atrito permanente.

Um outro aspecto reforçador desta tensão entre escola e *media* adveio da importância crescente, assumida na sociedade contemporânea, de compreensão e vivência dos diferentes modelos de estruturação da vida social. O confronto vivido ao longo deste século entre capitalismo e socialismo, em sua emergência e em seu desaquecimento, aguçou a importância de modelos explicativos que possibilitavam a identificação da vida social em seus aspectos macro-estruturantes assim como aqueles ligados à sua vinculação com o quadro institucional mais imediato da organização social e da vida cotidiana.

Escola e *media* passaram a ser mais vigorosamente interpretados em suas relações com sistemas, aparatos e estruturas econômicas, políticas, sociais e simbólicas. As dimensões de politização embutidas nas ações do processo da comunicação, tanto quanto no da educação, eram evidenciadas pela hegemonia traduzida nos processos de poder, de dominação e seus conteúdos ideológicos.

Na área da comunicação, são ainda hoje marcantes os estudos derivados de pesquisadores de Frankfurt, identificando as possibilidades dos *media* como instrumento de dominação de uma estrutura social, numa crítica ao seu lugar desejado e não realizado pelos *media* enquanto razão técnica iluminadora e emancipadora da vida social. Os *media* foram sendo interpretados como expressão visível de um objetivo estrutural e sistêmico, nas esferas da dominação simbólica, do saber e do lazer⁴. Assim, a escola como campo de emancipação do saber, e os *media*, como expressão da ilusão e do falso, marcaram essa relação ainda viva sobre o que os aproxima e os diferencia, enquanto campos sociais distintos, mas ao mesmo tempo conectados a estruturas e sistemas.

A dimensão historicamente consagrada e legitimada da educação no processo social teve assim o concurso conflitivo dos *media* no início deste século e mais do que ela, o novo contexto de uma sociedade urbano-industrial se constituindo para a educação como um desafio de convivência e de atualização num mundo

marcado pela contradição, a não-linearidade de um progresso social único e universal, nos moldes do positivismo. Escola, *media*, e novas formas de expressão do social no fundo foram contemporâneos e nem sempre parceiros de um processo simultâneo de mudanças. O crescente desafio de atualização e territorialização sempre vivido pela escola, pela família, pela igreja, pelos partidos, se deu no mesmo momento em que os *media* emergentes se expandiram e se generalizaram, buscando seu lugar social, conflitando papéis sociais, processos, instituições e atribuições até então consagrados e estruturados. A hegemonia crescente dos *media* poderia, pois, significar um novo papel social, assim como a ocupação que poderia fazer de outros papéis, inclusive pela fragilidade e incerteza de papéis tradicionais de outras instituições. O conflito, pois, que se expressava entre *media* e escola, era mais amplo e mais complexo, envolvia rever também o que se esperava dos processos mais abrangentes e fundadores representados pela educação tanto quanto pela comunicação.

Enfim, outras diferentes razões e circunstâncias ao longo da História poderiam reforçar esta dimensão de tensão e conflito que permeou teórica e praticamente a interação entre *media* e escola. Isso ainda hoje se reflete não só na pouca parceria entre ambas, mas na própria mútua cobrança de que se amplie o espaço educacional nos *media*, tanto quanto a constatação de quão pouco os *media* estão presentes no cotidiano de posturas e práticas técnico-pedagógicas da escola.

Entre posturas e instituições, aparatos e sistemas, talvez se deva retomar a análise do que é comum, tanto à escola como aos *media*: o jovem nas suas distinções, temporalidades e contextos sociais. O jovem que está no centro da ação educacional é o mesmo que está no espectro da ação mediática, clivado pela ação de tantas outras instituições que a ele se dirigem, desde a família, os partidos, a igreja. E mais do que os olhares institucionais a ele dirigidos, está a importância do contexto mesmo do jogo de significações em mudança dessas mesmas instituições e valores: as novas fragmentações da vida cotidiana, a deterioração do lugar social das instituições tradicionais, a perda crescente da utopia como indicativo do coletivo frente ao individual, a ascensão do prazer e da emoção frente ao racional planejado e organizado, as tribos urbanas e as novas formas de socialização. São esses os novos condicionantes de um tecido social onde à ideologia se contrapõe a importância da cultura num jogo histórico de correlação de forças.

É na busca do jovem como objeto da ação educacional, ao mesmo tempo que receptor mediático, que podem ser revistos as tensões e os conflitos entre *media* e escola; talvez se resgate uma participação mútua e se reforcem suas autonomias de campo. É essa perspectiva que está presente em novos aportes conceituais que vêm sendo pesquisados em comunicação nos dias atuais.

Busca-se um novo modelo para compreender o lugar social dos meios de comunicação, um lugar outro do que aqueles que marcaram a análise da comunicação neste século, uma análise revisitada porque na verdade as práticas de comunicação também se modificaram.

A COMUNICAÇÃO REVISITADA

Já se disse que o modo como se olha uma realidade é tão importante como ela mesma. Talvez o olhar não consiga ser inteiro, num tempo dado, assim como a realidade pode não se mostrar por inteiro. Esse desafio pode ser retomado como sendo o que sustenta o conhecimento científico e as dificuldades da interação entre sujeito e objeto. Esse modo de olhar nada mais é do que a própria metodologia com que se chega à realidade.

O conhecimento que se tem da comunicação reflete muito este olhar, especialmente se observado o fato de que a comunicação mediática é fruto deste século, um conhecimento recente. Recorde-se, mais uma vez, que até agora, ao longo deste século, dois crivos têm marcado o modo como se vê a comunicação: o do efeito, a preocupação em conhecer seu impacto, e o da dominação, a preocupação em reconhecer seu lugar como agente de um processo mais amplo de jogo de poderes.

O olhar dos efeitos se reporta ao funcionalismo norte-americano no início do século, quando a comunicação mediatizada era estudada enquanto instrumento reforçador ou não do próprio sistema social. Buscava-se conhecer o impacto dos *media* na manutenção ou não de comportamentos individuais e coletivos. A comunicação, nessa ótica, não era um processo social, mas um veículo, e reduzida ao significado dos meios pelos quais se expressava. Assim, mais do que a comunicação em si, buscava-se a análise de como o sistema vigente era ou não reforçado pela ação instrumental dos *media*.

Até hoje, em diferentes segmentos da sociedade, comunicação são os *media* e seus impactos comportamentais, como se resumisse ao ato publicitário da oferta, ao mercado sedutor de proposição de bens e de idéias, um agente mediatizado de ofertas e de vendas. E, como tal, era buscada porque sedutora assim como recusada porque temida pelos efeitos que poderia propiciar. A maioria das instituições sociais ainda hoje se coloca perante os *media* como se coloca frente ao desconhecido que provém do exterior, donde as relações de ameaça, de medo, do que não é passível de controle.

O olhar da dominação na verdade busca esse desconhecido, esse oculto por entre tecnologias e processos, mas o qualifica como sendo mais amplo do que efeitos comportamentais próximos, o identifica como agente do poder. Os *media* não seriam o que se mostra e o que se veicula, não são o que seduz à primeira vista, mas são algo subjacente e que se qualifica como a imagem: são o duplo, o que sustenta a existência do verdadeiro tanto quanto do falso.

Se de um lado os diferentes meios de comunicação não são neutros, portanto lidam com idéias, interesses e objetivos, tanto quanto todos os agentes e instituições sociais, essa marca dos *media* enquanto algo externo, invasivo, desconhecido, é um dos eixos por onde ela foi sendo vista e percebida neste século, muito mais pelo seu significado apocalíptico, dual, e, por isso mesmo, dúbio.

Isso se relaciona à preocupação então dominante sobre o lugar do emissor na construção de efeitos sobre o receptor, sobretudo quando esse emissor não é apenas o indivíduo da relação interpessoal, mas está revestido do poder das tecnologias de suporte, para a comunicação coletiva de grande alcance, e revestido ainda da significação do que representa o próprio sistema econômico e seus interesses, dos quais é indicativo. Era o emissor-técnica, o emissor-sistema, o agente ativo e primeiro de um processo de poder, agente básico de uma relação sustentada nas diferentes formas e objetos de expressão da dominação.

A relação entre educação e *media* perpassou ao longo deste século esta conotação: os objetivos do processo e da ação escolar se ressentiam da comunicação mediática, quer pelo desconhecimento do seu significado na vida de jovens e crianças, quer porque os *media* poderiam expressar o que se repudiava, uma dominação sistêmica. Nos dias atuais, se de um lado não se inocenta a emissão, nem tampouco os compromissos ideológicos e mercadológicos presentes em sua ação, busca-se um outro olhar, um outro ângulo do mesmo processo: busca-se o receptor em suas circunstâncias, sob o olhar das práticas sociais onde se insere.

Dois aspectos destes novos estudos são aqui apontados em sua interação: o que se refere aos estudos culturais em comunicação e o que se refere à sua vinculação a novos espaços de expressão pública da vida social.

A comunicação nos Estudos Culturais

Martín-Barbero tem uma afirmação bem indicativa deste novo eixo de estudos:

- a) A comunicação é questão de cultura, culturas, e não só de ideologias;
- b) A comunicação é questão de sujeitos, atores e não só de aparatos e estruturas;
- c) A comunicação é questão de produção e não só de reprodução⁵.

Desloca-se o olhar do processo da comunicação, até então só vinculada à emissão, e busca-se, sem omissão do emissor, o outro lado do mesmo processo, o receptor. Poder-se-ia pensar que isto é apenas uma nova estratégia na compreensão do que já está determinado pelo emissor, isto é, uma nova forma de compreender e identificar efeitos, ou um novo modo de se qualificar o processo de origem, a dominação.

Na verdade, o conceito de recepção não se restringe ao indivíduo enquanto usuário dos *media*. Recepção é tomada de forma ampliada enquanto contextos de práticas sociais e culturais onde se inserem as pessoas, donde suas relações com outras instituições e processos, tanto quanto com os *media*. Isso significa um deslocamento mais do que da emissão para a recepção, mas um deslocar a análise do eixo da ideologia para o que se subentende nas práticas sociais da vida cotidiana, a cultura. É, pois, também assumir um novo conceito de cultura: ela não é

apenas o mundo dos símbolos, nem só as vivências acumuladas, simbólica e materialmente, mas o mundo mesmo das práticas cotidianas⁶.

É nesse contexto que Martín-Barbero assegura que o espaço das práticas culturais, principalmente nas esferas da vida familiar e cotidiana, é o espaço de “...reconhecer, nomear e diferenciar, é fazer familiar o que é estranho, é dar-lhe um sentido”⁷, é o espaço onde se produz significações e onde se ressignifica, onde se estrutura a matriz do pensar e do sentir, onde se constroem as identidades.

À medida que esse espaço não é homogêneo e nem único, mas é plural, diversificado e fragmentado, ele é um processo sustentado no conflito, portanto na pluralidade cultural, na pluralidade de sentidos que são orientadores das práticas sociais. O pensamento gramsciano é então fundamental nessa ótica de compreensão entre comunicação e cultura, para assegurar que este processo é conflitivo porque é basicamente um processo de negociação. Os sentidos atribuídos pela emissão, quer pela produção mediática, quer aqueles embutidos nessa mesma produção, não são necessariamente os sentidos assumidos pelo receptor em suas práticas. Diferentes mediações se colocam para que mensagens e canais, entre emissor e receptor, tenham nexos de ida e vinda, portanto de negociação e não só de mão única.

Evidencia-se, pois, nessa ótica de estudos, a dimensão de recepção como sendo um espaço de produção de significados, de ressignificação de conteúdos, de manifestação do receptor ativo, sujeito de um processo. A relação do receptor com a *media* é permeada por uma relação mais ampla e que se estabelece para além dos *media*, com a vida⁸. Diferentes situações, grupos e instituições, se colocam nessas práticas como instâncias mediadoras desse mesmo processo de construção e reconstrução de significados, donde sua pluralidade e diversidade no jogo de negociação dos sentidos de condução da vida. Afinal, a dimensão conflitiva da vida social é exatamente essa pluralidade e diversidade, inclusive das condições de classe-social, donde o pressuposto da desigualdade social no processo de significação.

O espaço público fragmentado

Essa dimensão de comunicação, enquanto espaço onde se negociam significações, deixa entrever outras questões: como visualizar o contexto onde se dão essas práticas, sua dimensão histórica, sua vinculação com a estrutura de classes da sociedade? Como dimensionar essas práticas enquanto expressão de territorialidade ao mesmo tempo que envolvidas na mundialização que a sociedade contemporânea hoje possibilita? Diria Monteiro, como qualificar essas práticas no mundo plural, marcado pela desigualdade ao mesmo tempo que sobre o princípio da busca da igualdade, matriz do processo democrático⁹? Diria ainda Ianni, como identificar no processo de enraizamento local destas práticas a

vinculação com processos mais abrangentes que permeiam essas mesmas práticas numa sociedade estruturada na globalização de mercados, de economia e de processos de comunicação?¹⁰

Essas diferentes questões envolvem uma extensão de debates que o tema da comunicação como espaço de negociação de sentidos provoca. No entanto, um dos eixos por onde estas dúvidas são trabalhadas é pelo reconhecimento do espaço de relações sociais onde se situam, na vinculação com o que se estuda enquanto esfera pública da vida social.

Já na história grega, o espaço público definia-se como o espaço onde os cidadãos livres produziam a reflexão, no contexto de um debate coletivo. Pensar, em conjunto, talvez fosse o que pressupunha para os gregos a existência mesma do processo de democracia. Já os romanos dimensionavam o espaço do que é comum a todos como o elemento mais importante de caracterização do que é público. Essa é, aliás, uma noção que Arendt retoma na contemporaneidade para ressignificar como sendo aquilo que é tornado público, o que se opõe ao segredo, à esfera da vida privada¹¹.

No entanto, é em Habermas que os estudos sobre espaço público político contemporâneo são mais polêmicos. Ele identifica que a esfera pública burguesa dos séculos XVII e XVIII se deteriorou quando o princípio da publicidade, a possibilidade da argumentação coletiva pública, perdeu seu poder social, seu poder de discurso, de linguagem e, portanto, de argumentação, no momento em que o poder financeiro passou a sustentar a imprensa, portanto a construção da opinião pública¹². Não existiria mais nos dias atuais um espaço que seja comum para a argumentação coletiva, porque os interesses econômicos sustentam a produção de opiniões que regem esse espaço, portanto, a interação entre representações políticas, Estado e o conjunto da vida social.

Estudiosos contemporâneos entendem, no entanto, que as expressões gregas sobre o espaço público, tanto quanto as formas como Habermas identificou o princípio da publicidade burguesa, como de fato não existindo mais. Não há um espaço social único, não há a possibilidade de um debate racional coletivo, não há mais a hegemonia da representação política e do Estado na argumentação, não há mais uma sociedade única de um pensar coletivo, dada a autonomia crescente do social frente ao político, a fragmentação e a pluralidade do viver social, novas formas, portanto, de condução do que se entende por democracia¹³.

O Espaço Público que hoje se constrói é marcado pela mediação entre Estado e sociedade civil, pela busca da formação democrática de uma vontade política, “não é um lugar abstrato do consenso democrático ideal, é um espaço conflitivo exprimindo relações sociais de desigualdade e de dominação”¹⁴. Por isso mesmo, sua marca é o conflito social, os processos de negociação das desigualdades e do dissenso. Não é um espaço único, geral, padrão, mas definido pela fragmentação, diversidade e desigualdade, espaços parciais.

Os meios de comunicação colocam-se como agentes fundamentais de estruturação deste novo espaço, são a nova praça-pública onde se expressam as

desigualdades, o dissenso e o conflito: “o mundo da comunicação generalizada explode como uma multiplicidade de racionalidades locais – minorias étnicas, sexuais, religiosas, culturais e estéticas, que tomam a palavra...”¹⁵.

Esses diferentes aportes sobre o novo espaço público contemporâneo, os novos espaços públicos parciais e fragmentados, definidos mais pelo social do que pelo político, trazem possibilidades outras para o estudo do lugar social dos *media* contemporâneos. Possibilidades essas maiores quando associadas aos estudos culturais há pouco mencionados.

Os estudos culturais, na sua visão sendo construída na América Latina, e os estudos contemporâneos sobre o novo espaço público sugerem caminhos transversais, explicações não sustentadas em preocupações generalizantes, mas parciais, onde o processo da comunicação é o próprio processo de construção, hoje, dos espaços de definição e implementação dos sentidos vividos e atribuídos na interação social. A pluralidade de instituições sociais e políticas do mundo contemporâneo seria expressão desse conflito de sentidos que ora se expressam a partir da escola e da família, ora, da igreja e dos *media*, da sociedade civil.

A compreensão de que escola e *media* são espaços sociais onde se constroem a teia de significados que define a vida das pessoas faz entender que a recepção mediática é uma prática de pertencimento ao mundo simbólico, a um processo onde se negociam necessidades e desejos, onde esse negociar se explica como sendo o diferenciar, eleger e optar ante o que é conflitivo, e ainda que à distância, uma nova forma de conduzir e se inserir no pensamento social, uma nova forma de pensar. Canclíni trabalha esta questão também quando identifica o consumo não mais como impulso para a propriedade de bens, mas como indicativo de diferenciação social, de satisfação de desejos, de participação no sistema de troca de sentidos da vida social¹⁶.

Esses aportes revisitam a comunicação, um espaço conflitivo, para além de tecnologias de suporte, e lhe abre portas e pistas para uma compreensão renovada das relações que jovens estabelecem com os *media* e com a escola. Indicam ainda, segundo Santos, novas pistas por onde se constrói a cidadania e a subjetividade¹⁷.

O JOVEM E OS NOVOS ESPAÇOS SOCIAIS

Esse olhar revisitado sobre os processos da comunicação mediática, e sobre suas possibilidades ante a reinterpretação de seu papel social frente ao da educação, sugere que mais do que a compreensão da ação dos sistemas e aparatos sobre a formação de crianças e jovens, também importa identificá-los em seus contextos e práticas de vida. Mais do que crianças e jovens, objeto e reprodução do sistema, valeria a pena buscá-los como atores ressignificadores, ativos, ainda que em processo, diante de um conflito ao qual não são estrangeiros.

Reposicionar o aluno-receptor, não como objeto da ação sistêmica, mas como construtor de direitos e opções, necessidades e desejos, ainda que clivadas e fragmentadas, e que se colocam como atores do que constroem, é mais do que um deslocamento estratégico-analítico, é uma ruptura com o modo de se visualizar também a interação entre escola e *media*.

Essa dimensão de espaço social de construção e negociação de sentidos, no interior das práticas cotidianas, dá novo ponto de encontro, mais do que de tensão e de conflito, ao que justifica o ser e o atuar da escola e dos *media*. Mais do que reprodução, elas se postam como espaços, ainda que autônomos e diferenciados, de produção e ressignificação da vida. No contexto de uma sociedade fragilizada nas suas instituições básicas desde a família, a escola, a igreja, os partidos, na contemporaneidade e intensidade das múltiplas crises que vivenciam, entende-se porque a escola e *media* podem significar ainda a presença enquanto espaço, num contexto cada dia mais ausente, de referenciar o ser, o saber, o decidir e o sentir. Se a escola pode propiciar isto de forma mais interpessoal, mais pela reflexão e pelo debate dos conteúdos do saber, os *media* o fazem pela possibilidade de inserção e circulação no mundo dos sentidos, dos símbolos, dos sonhos, do imaginário, pela chance de poder ser espaço de pertencimento social, cultural e político¹⁸.

Esse olhar revisitado sobre a comunicação é essencialmente político: ajuda a reelaborar os caminhos da cidadania, as novas formas de construção da subjetividade, portanto, do referenciar a vida, novas formas de compreender como as pessoas estão vivas e presentes, não mais só nas instituições sociais tradicionais, mas nos movimentos sociais, nas tribos urbanas, nas novas formas de negociação política das necessidades sociais.

Se Benjamin apontava ontem as possibilidades da reprodutibilidade técnica trazer uma nova estética, poder-se-ia talvez hoje dizer que um novo olhar sobre a comunicação pode possibilitar um novo espaço de realização do estar junto social. O jovem não será mais apenas o objeto, o espaço vazio a ser preenchido, secundado por um moralismo protetor e paternal, mas cada vez mais um ator em construção, um negociador de si mesmo e de sua vida, com a participação diferenciada, mas criadora e alimentadora de sentidos da vida propiciada pela escola, tanto quanto pelos *media*. A cidadania, pois, perpassa o reconhecimento do lugar de referência que hoje escola e *media*, por caminhos conflitivos, é verdade, exercem junto ao jovem.

Notas

1. Habermas, J. "Mudança Estrutural da Esfera Pública", ed. Bibl. Tempo Brasileiro, RJ, 1984.
2. Flichy, P. "Una História de la Comunicación Moderna", ed. G.G.Mass Media, Barcelona, 1983.

3. Schramm, W. e outros. "Panorama da Comunicação Coletiva", ed. Fundo de Cultura, RJ, 1964.
4. Giroux, H.. "Teoria Crítica e Resistência em Educação", ed. Vozes, Petrópolis, 1986, pg. 36.
5. Martín-Barbero, J.. "Pré-textos". Centro Ed. Univ. del Valle, Colômbia, 1995, pg. 150.
6. vide: "Martín-Barbero, J.. "Dos Meios às Mediações". Ed. UFRJ, RJ, 1995.; Thompson, J.B., "Ideologia e Cultura Moderna", ed. Vozes, Petrópolis, 1995; "Giroux, H. "Praticando Estudos Culturais nas Faculdades de Educação", in: Silva, Tomaz Tadeu, "Alienígenas na Sala de Aula", ed. Vozes, Petrópolis, 1995.
7. Martín-Barbero, J.. "Pré-textos", op. cit., pg. 18.
8. vide: Martín-Barbero, J.. "América Latina e os Anos Recentes: o Estudo da Recepção em Comunicação Social", in: Sousa, Mauro Wilton, "Sujeito, o Lado Oculto do Receptor", ed. Brasiliense, 1995, pg. 39; Touraine, A.. "Crítica da Modernidade", ed. Vozes, Petrópolis, 1994, pg. 213.
9. Monteiro, P.. "Cultura e Democracia no Processo de Globalização", Rev. Novos Estudos – CEBRAP, SP, 1996, nº 44.
10. vide: Ianni, O.. "Teorias da Globalização", Ed. Civilização Brasileira, RJ, 1996; Santos, M. e outros, "Território, Globalização e Fragmentação", ed. Hucitec, SP, 1996.
11. Arendt, H. "A Condição Humana", ed. Forense Univ., SP, 1983.
12. Habermas, J.. op. cit.
13. vide: Miége, B.. "La Sociedad conquistada por la Comunicación", ESRP/PPU, Barcelona, 1992; Vattimo, G. "A Sociedade Transparente", ed. Relógio D'Água, Lisboa, 1992.
14. Floris, B.. "L'Interpretation de l'espace public et de l'emprise". in: Pailliart, I. "L'espace Public et l'emprise de la Communication". ELLUG, Grenoble, França, 1995.
15. Vattimo, G. , op. cit. pg. 15; vide ainda Rey, G. "Otras plazas para el encuentro", Texto-Conferência, CEAAL, Lima, Peru, 1994.
16. Canclini, N. "Consumidores e Cidadãos", UFRJ, 1995.
17. vide: Santos, B. S.. "Pela mão de Alice, o social e o político na Pós-Modernidade", ed. Cortez, São Paulo, 1997.
18. Sousa, Mauro Wilton. "Recepção e Práticas Públicas de Comunicação", Tese, ECA/USP, 1997.

Referências Bibliográficas

- ARENDRT, H. *A Condição Humana*. São Paulo: Forense Univ., 1983.
- CANCLINI, N. *Consumidores e Cidadãos*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.
- FLICHY, P. *Una História de la Comunicación Moderna*. Barcelona: ed. G.G.Mass Media, 1983.

- FLORIS, B. L'Interpretation de l'espace public et de l'emprise. in: PAILLIART, I. *L'espace Public et l'emprise de la Communication*. França: ELLUG, Grenoble, 1995.
- GIROUX, H. Praticando Estudos Culturais nas Faculdades de Educação, in: SILVA, Tomaz Tadeu. *Alienígenas na Sala de Aula*. Petrópolis: Vozes, 1995.
- GIROUX, H. *Teoria Crítica e Resistência em Educação*. Petrópolis: Vozes, 1986, p. 36.
- HABERMAS, J. *Mudança Estrutural da Esfera Pública*. Rio de Janeiro: Bibl. Tempo Brasileiro, 1984.
- IANNI, O. *Teorias da Globalização*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.
- MARTÍN-BARBERO, J. América Latina e os Anos Recentes: o Estudo da Recepção em Comunicação Social. in: SOUSA, Mauro Wilton. *Sujeito, o Lado Oculto do Receptor*. Brasiliense, 1995, p. 39.
- MARTÍN-BARBERO, J. *Dos Meios às Mediações*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.
- MARTÍN-BARBERO, J. *Pré-textos*. Colômbia: Centro Ed. Univ. del Valle, 1995, p. 150.
- MIÉGE, B. *La Sociedad conquistada por la Comunicación*. Barcelona: ESRP/PPU, 1992.
- MONTEIRO, P. Cultura e Democracia no Processo de Globalização, *Rev. Novos Estudos* – CEBRAP. São Paulo: 1996, nº 44.
- REY, G. *Otras plazas para el encuentro*. Texto-Conferência, CEAAL, Lima, Peru, 1994.
- SANTOS, B. S. *Pela mão de Alice, o social e o político na Pós-Modernidade*. São Paulo: Cortez, 1997.
- SANTOS, M. *et alii. Território, Globalização e Fragmentação*. São Paulo: Hucitec, 1996.
- SOUSA, Mauro Wilton. *Recepção e Práticas Públicas de Comunicação*. Tese, ECA/USP, 1997.
- THOMPSON, J.B., *Ideologia e Cultura Moderna*. Petrópolis: Vozes, 1995.
- TOURAINÉ, A.. *Crítica da Modernidade*. Petrópolis: Vozes, 1994, p. 213.
- SCHRAMM, W. *et alii. Panorama da Comunicação Coletiva*. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1964.
- VATTIMO, G. *A Sociedade Transparente*. Lisboa: Relógio D'Água, 1992.

Mauro Wilton de Sousa é Professor da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP).

Endereço para correspondência:

Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443
05508-900 - São Paulo - SP

E-mail: mwsousa@usp.br