O reconhecimento do receptor-usuário na cidadania comunicativa

Ismar Capistrano Costa Filho
Universidade Federal do Ceará , Instituto de Cultura e Arte, Fortaleza, CE, Brasil
ORCID: https://orcid.org/0000-0003-0500-7052

Resumo

A cidadania comunicativa é definida como a consciência e o exercício do direito à comunicação que possibilite a inclusão dos diversos grupos sociais na visibilidade midiática. Este conceito exige o reconhecimento dos receptores-usuários dos meios como sujeitos desta garantia. Para isso, o acesso de qualidade aos equipamentos, sinais e conteúdos deve ser parte das políticas públicas, como também a potencialização das apropriações das mensagens, por meio de formações como a leitura crítica dos meios e do letramento digital. A participação dos receptores-usuários na gestão e no planejamento dos meios é outra conquista necessária para a democratização da comunicação. Assim, o reconhecimento deste direito exige uma regulação democrática da mídia.

Palavras-chave

Receptor; Usuário; Cidadania; Direito à Comunicação

1 Introdução

A ideia de cidadania passa a ocupar, nas sociedades contemporâneas, o papel de estabelecer a articulação das relações sociais, por meio da crença num Estado, algumas vezes, organizado democraticamente, que se propõe a garantir essas condições a partir da aplicação das leis. (CORTINA, 2005). Baseado na equidade de direitos, os cidadãos buscam ser proprietários de suas instituições reivindicando, por isso, participar das decisões sociais (DEMO, 1990) e autoinstituir sua organização social a partir da consciência que, para garantir os direitos individuais, são necessárias articulações coletivas (CASTORIADES, 2006). Desta forma, a cidadania significa também um processo de inclusão das pessoas que permita o reconhecimento legal e social (HONNET, 2003) como partícipes da sociedade

(cidadania civil), da partilha do poder (cidadania política) e dos bens produzidos pela coletividade (cidadania social) (MARSHALL, 1967). Cidadania significa, assim, o direito de ter direitos. Esse sentimento de pertença e equidade precisa também criar um espírito que colabore com articulação dos acordos para os conflitos inevitáveis (MOUFFE, 1990), motivando as ações de tolerância, coabitação e solidariedade diante das diferenças estruturantes (WOLTON, 2004).

Além da inclusão social e distribuição dos recursos, as sociedades contemporâneas estão organizadas em torno da midiatização, isto é, da centralidade dos meios de comunicação que permeiam desde as rotinas cotidianas até os debates sobre as decisões públicas (MARTÍN-BARBERO, 2004), por isso a inclusão social fatalmente carece da visibilidade dos diversos grupos participes da sociedade. A exclusão midiática significa não só a impossibilidade de ser visto e conhecido, mas põe barreiras ao reconhecimento da legitimidade dos sentidos e comportamentos invisibilizados e, por isso, marginalizados.

Assim, o direito à comunicação representa, além de um princípio fundamental para a democratização das sociedades, a liberdade dos diversos grupos sociais expressarem e conhecerem os diversos modos de ser na vida social. Como as condições básicas para o exercício da liberdade são as oportunidades, ou seja, condições materiais para exercê-la, e a capacidade, isto é, o conhecimento para a vivência da mesma (SEN, 2011), o direito à comunicação significa o acesso aos meios e a competência cultural para reivindicar e usufruir dessa garantia, compreendendo suas responsabilidades e consequências. Este direito vai, além da liberdade de expressão, porque exige também o reconhecimento da recepção, isto é, a exigência não só de respeitar o sentido e a circulação que o receptor-usuário constrói, como também reconhecer que ele pode contestar, rejeitar, criticar e redesenhar os significados propostos pelos emissores. É uma prática de tolerância, de negociação e de diálogo.

A cidadania comunicativa é, então, a consciência e o exercício do direito à comunicação (MONJE *et al*, 2009). Possui três dimensões: a reconhecida, a exercida e a formal (WOTTRICH, 2013). A primeira é a legitimidade dessa garantia como fundamental para a vida social, isto é, a capacidade dos argumentos deste direito de conquistar a adesão e o consentimento popular (BOBBIO, 1992). A segunda significa o exercício deste direito, por meio, por exemplo, da realização de projetos de comunicação coletiva, alternativa e ou comunitária, da participação em conselhos editoriais dos meios massivos e da leitura crítica

da mídia. Já a dimensão formal engloba o conjunto de direitos, como a liberdade de expressão, o direito de resposta, o direito social à informação, a transparência governamental e o direito à antena (MATA, 2006).

Os receptores-usuários fazem parte da cidadania comunicativa tanto em sua dimensão reconhecida, como na exercida e na formal. Neste artigo, iremos centrar a análise da primeira dimensão, partindo da pergunta: quais as garantias que os receptores e usuários devem ter no direito à comunicação? Esta reflexão propõe, em última instância, radicalizar esse direito, compreendendo o processo além da transmissão e da produção. Desta forma, o artigo analisa tanto os direitos do receptor, destinatários dos processos de comunicação massiva, como dos usuários, parte dos processos de interação em rede.

Para isso, inicialmente, será discutida essa diferenciação entre receptores e usuários, a partir das abordagens das teorias da comunicação, especialmente, do Mass Communication Research, dos Estudos Culturais e da Cibercultura. Em seguida, serão apresentados três traços que caracterizam a recepção e o uso dos meios de comunicação: o acesso, a apropriação e a participação. O primeiro abordará a inclusão e os custos tecnológicos para o uso e recepção dos meios de comunicação. Já a apropriação tratará sobre das reconfigurações dos significados das mensagens pela decodificação dos receptores-usuários. A participação será analisada distinguindo-a das estratégias de interatividade das mídias digitais e compreendendo-a a partir do poder de tomada de decisão na gestão dos meios. Por fim, será realizada uma inevitável reflexão sobre o reconhecimento dos direitos dos receptores-usuários na regulação da comunicação.

Este artigo é uma reflexão teórica a partir de uma pesquisa bibliográfica que revisa os conceitos de cidadania comunicativa e os estudos de recepção. A partir desta base, são analisadas as características do acesso, junto às contribuições sobre inclusão digital, das apropriações, por meio das leituras de Martín-Barbero (1997) e De Certeau (1994), e da participação, por meio do aporte de Recuero (2009), Shirky (2011), Grohmann (2017), Demo (1998) e Peruzzo (2004).

2 Receptores ou usuários?

A distinção entre receptores e usuários é fundamental para a compreensão da cidadania comunicativa na recepção e no uso dos meios. A ideia de receptor aparece nos estudos estadunidenses, principalmente da Universidade de Colúmbia, denominados de

Intexto, Porto Alegre, UFRGS, n. 52, e-102969, 2021.
DOI: http://dx.doi.org/10.19132/1807-8583202152.102969

Mass Communication Research, desenvolvidos principalmente nas décadas de 1930 a 1950 por Harold Lasswell, Paul Lazarfeld, Robert Merton e Elihu Katz. No clássico modelo de comunicação de Lasswell, as perguntas (Quem? Diz o quê? Por que canal? A quem? Com que efeito?) direcionam à análise de controle (estudo do emissor); de conteúdo, dos meios e da audiência e efeitos. Nesta perspectiva, o receptor é tratado não só como um elemento passivo, mas também como um alvo a ser atingido, modificado e controlado pela mídia, podendo, no máximo, retroalimentar o processo controlado pelo emissor, por meio do feedback previamente autorizado para telefonemas, mensagens instantâneas, entre outros recursos (COSTA FILHO, 2014; WOLF, 2005).

A partir dos Estudos Culturais Britânicos, originados no Center of Contemporany Studies de Birgmingham, na década de 1960, principalmente pela contribuição dos pesquisadores David Morley e pela clássica conferência de Stuart Hall (2003), "Coding-Enconding", a recepção passa a ser vista como um processo ativo e indispensável para compreender a comunicação. É por meio da competência e do universo cultural dos receptores que a comunicação se realiza pela decodificação das mensagens, muitas vezes, dando sentidos diversos aos propostos pelo emissor. Nesta visão, a recepção e os contextos sociais tornam-se centrais para entender os indissociáveis fenômenos da comunicação e da cultura (COSTA FILHO, 2008; GOMES, 2004).

O advento da comunicação digital, especialmente, pela internet, trouxe novas reflexões e compreensões sobre o processo. Pierre Levy (1999) sustenta que, na rede mundial, a comunicação deixou de ser a transmissão de mensagens de UM para TODOS, como acontece nos meios massivos, para ser de TODOS para TODOS. A implosão dos polos de emissão e recepção é resultado da descentralização das redes, nas quais qualquer uma das partes pode receber e emitir informações. Desta forma, invés de receptores e emissores, com papéis rígidos e pré-fixados, surge a ideia de usuários que podem tanto transmitir como receber mensagens no ambiente da internet, em alguns casos, estendido a outros meios por meio dos processos de convergência (JENKINS, 2008).

Da mesma forma que é necessário questionar a pretensa passividade dos receptores dos meios massivos, é imprescindível relativizar o poder dos usuários na internet. As simetrias persistem e as diferenças ressurgem, principalmente, no alcance dos conteúdos partilhados e nas novas burocracias criadas (WOLTON, 2004). A política editorial das três corporações que concentram a maior parte de acessos na internet privilegia as publicações

patrocinadas e as que recebem mais interações, muitas vezes, possibilitadas pela transferência de audiência através da divulgação nos meios massivos, como fazem os portais dos grupos de comunicação e as páginas de comércio eletrônico.

A publicação dos conteúdos das pessoas comuns, além de, muitas vezes, ficarem restrita aos círculos de convívio habitual com baixíssimas visualizações, carecem, em muitos casos, de competências técnicas – chamadas por Wolton (2003), de novas burocracias – como a compreensão do direcionamento das postagens, a captura de imagens mais atrativas, a produção de vídeos envolventes, a elaboração de textos persuasivos ou a utilização de uma oralidade eloquente. Apesar de existir fenômenos, como o dos influenciadores digitais, que são brechas, muitas vezes, reproduzindo a gramática e a semântica dos meios massivos, a lógica de concentração de audiências persiste nas corporações que controlam suas políticas editoriais. Para isso, usam o disfarce dos algoritmos da inteligência maquínica, como se a decisão de privilegiar e promover os conteúdos pagos e mais reacionados não fosse tomada pela instituição que prove o ambiente digital. Assim as assimetrias antecedentes à internet persistem, mesmo que as redes descentralizadas abram mais possibilidades de brechas dos que os meios massivos e propague o espírito de liberdade, igualdade e autonomia.

Por que não chamar os receptores-usuários de sujeitos comunicativos? Escamoteia a desigualdade entre que possui os meios (sejam a infraestrutura ou as plataformas de circulação de conteúdos).

3 Acesso

O acesso é a condição básica para existência dos usuários e receptores dos meios de comunicação. É antes de tudo possibilitado por estruturas e equipamentos. Há um custo econômico inevitavelmente assumido pelos receptores-usuários que pagam diretamente quando compram aparelhos de TV, de rádio, celulares e computadores, ou pagam por assinaturas de emissoras fechadas ou de provedores de internet. Há outros custos pagos indiretamente, como a audiência de publicidade nos canais comerciais, a venda de dados estatísticos de cadastro dos serviços da internet e os investimentos públicos, provenientes dos impostos recolhidos pelos contribuintes, em infraestrutura, como os cinturões digitais, e na organização das permissões no espectro hertziano. Partir desta premissa é fundamental

para reconhecer que as mídias são investimentos, quase sempre, dependentes de recursos públicos e de seus públicos.

Os acessos caracterizam-se pelas assimetrias e desigualdades. Os privilégios multiplicam-se pelas condições de navegação à internet (tipo da banda e locais de acesso), pela disponibilidade de canais de TV (paga ou aberta) e de rádio e pela possibilidade de compra ou consulta a impressos, como jornais e revistas. O uso da internet se diferencia, por exemplo, quando se tem acesso somente a redes sem fio em espaços públicos pelo celular ou quando se possui banda larga no trabalho, na escola e em casa com a possibilidade de utilizar, além do celular, o tablet, o computador e a televisão.

Os usuários da internet, segundo Wilhem (1999), podem ser classificados em quatro tipos: os plenos, os periféricos, os precários e os imunes. Os primeiros utilizam plenamente os recursos da rede mundial. Já os periféricos, usam, ainda que tenham pleno acesso, as tecnologias digitais de maneira esporádica, muitas vezes, por falta de tempo, interesse ou conhecimento. Os precários sofrem com as barreiras da exclusão digital. Apesar de terem alguma habilidade para o manejo da internet, não possuem cotidianamente conexão, dependendo de acessos públicos ou ocasionalmente quando possuem créditos de dados disponíveis no celular. Os imunes, por sua vez, estão completamente excluídos da internet, dependendo do auxílio de outras pessoas ou instituições para utilizar serviços da rede mundial, geralmente estão na zona rural, onde praticamente inexiste sinal da rede, ou são moradores das periferias dos centros urbanos excluídos de direitos fundamentais como emprego, moradia e educação.

A precariedade de acesso limita o uso e, por vezes, instiga redesenhos e reconfigurações tecnológicas dos meios. Os usuários precários, pelas próprias restrições de navegação, raramente conseguem, por exemplo, obter informações-conhecimento, como a realização de curso à distância ou a leitura de artigos que aprofundam temáticas formativas. Já o limitado acesso às informações-notícias (WOLTON, 2003) se concentra nas publicações dos grandes meios e nas correntes dos grupos de mensagem instantânea que, muitas vezes, viralizam notícias falsas, plantadas por grupos políticos extremistas. No entanto, estes usuários não deixam de buscar alternativas que compensem as dificuldades, como o compartilhamento do wi-fi entre vizinhos, ou táticas, como salvar mensagens enquanto tem conexão para acessar posteriormente ou usar o smartphone emprestado de parente ou amigo. Bricolagens, gambiarras, astúcias, adaptações e redesenhos caracterizam as práticas

cotidianas dos desfavorecidos que superam algumas barreiras impostas pelas exclusões a partir da criatividade inventiva (CERTEAU, 1994).

Estas táticas, entretanto, não dispensam a reivindicação pela inclusão digital. O acesso contínuo e regular a uma conexão de qualidade e equipamentos das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) colabora para a conquista da cidadania civil, política e social. A rede mundial possibilita a primeira pelo desenvolvimento econômico, por meio da abertura de oportunidades para o ingresso ao mercado de trabalho. O trabalhador conectado e capacitado para as TICs possui, normalmente, maiores chances para conseguir um emprego do que um em situação de exclusão digital. Já o fomento da cidadania política é resultado do desenvolvimento social a partir da participação no debate público que circula na rede mundial e nas mobilizações para mudanças coletivas. A cidadania social se fortalece, por sua vez, por meio do desenvolvimento de habilidades pessoais que empoderam atividades cotidianas, como, por exemplo, a comunicação interpessoal por mensagens instantâneas e a utilização de agenda com notificações no celular. Por isso, a inclusão digital deve ser reconhecida como um direito social que exige ações afirmativas do Estado para sua promoção que, no caso do acesso, demanda uma atuação não só na implementação de infraestrutura, mas também de conectividade gratuita e de qualidade para os desfavorecidos (ROSA, 2013).

4 Apropriação

A apropriação não é simplesmente transferir algo externo a um plano interno preexistente, mas "[...] processos mediante os quais o plano interior se transforma" (DRUETTA, 2013, p. 273). É uma dinâmica que reflete as condições históricas dos sujeitos e seu grupo social e não se limita à posse, ao uso e ao redesenho de objetos ou recursos, mas também abrange a ressignificação e reconfiguração dos sentidos socialmente partilhados, envolvendo também o processo de decodificação.

A "leitura" das mensagens midiáticas demanda tomar o do outro como seu (CERTEAU, 1994). É um processo de relacionar um texto ao contexto (HALL, 2003). O receptor-usuário realiza, por isso, uma invenção criativa que depende de sua competência cultural e contexto social para recriar os significados, acentuar alguns e atenuar outros. Uma mensagem pode assim adquirir sentidos completamente divergentes a partir dos trânsitos em diversos lugares e receptores (MARTÍN-BARBERO, 1997).

DOI: http://dx.doi.org/10.19132/1807-8583202152.102969

Como alerta Orozco (2000), a recepção da TV não termina quando o espectador desliga o aparelho. Pelo contrário, muitas vezes, tem início neste momento. O pesquisador explica este movimento, sustentando que a recepção da TV não está restrita ao ato de assistir a programas televisivos, pois abrange "[...] um processo de sair do quarto de ver televisão, através das iniciais apropriações [...] que logo são reapropriadas com a contribuição de outros [...] mais do que só contextualizá-las, as conformam em direções definidas" (OROZCO, 2000, p. 115, tradução minha).

Essa criação dos sentidos dos textos, a partir da reconstrução dos significados propostos, também transforma os receptores-usuários. É um processo de criação e aprendizagem. Possibilita ampliar suas visões, gramáticas, habilidades e competências. Mesmo que os meios não tenham conteúdo educativo, inevitavelmente educam, não só porque apresentam determinadas visões sobre o mundo, mas porque demandam uma destreza de decodificação e circulação de suas mensagens. Assim, a completa passividade dos receptores-usuários, se em algum momento foi defendida, não faz qualquer sentido no reconhecimento do direito à comunicação, pois estes, além de agentes neste processo, possuem múltiplos saberes que contextualizam os textos (FREIRE, 1983).

A apropriação modifica tanto o sujeito que exerce a ação de se tornar dono, como as práticas culturais do entorno, sendo assim parte da educação permanente e transversal, que transforma a cultura material e intelectual da sociedade (DRUETTA, 2013). Desta maneira, na perspectiva da cidadania, a recepção e o uso dos meios exercem o papel de obter, partilhar e construir conhecimentos de uma sociedade, parte do direito fundamental da educação (ROSA, 2013). Deve, assim, ser potencializada pela leitura crítica e pelo letramento digital.

A primeira significa possibilitar o receptor-usuário compreender como a comunicação midiática é produzida. Quem são os emissores, quais suas relações econômicas, sociais, políticas e culturais? Como esses interesses se refletem na organização dos meios? Por que determinados conteúdos são publicados e outros não? O que é priorizado, ocultado e suavizado nas narrativas midiáticas? Como são tratados os públicos, as audiências e os espectadores pelos emissores e produtores? A leitura crítica da mídia é muito mais a capacidade de saber fazer questionamento sobre os conteúdos e contextos dos meios do que conhecimentos especializados. No entanto, é imprescindível compreender, por meio de processos formativos horizontais, alguns conceitos básicos sobre comunicação,

indústrias culturais, políticas econômicas e públicas da área. Esta discussão precisa ocupar os diversos espaços da vida social, inclusive da escola, que, deslocada da midiatização, afasta-se dos educandos e, por conseguinte, dos processos educativos (MARTÍN-BARBERO, 2002).

O letramento digital, por sua vez, é "[...] a condição que permite ao sujeito usufruir das tecnologias de informação e de comunicação para atender às necessidades do seu meio social e se desenvolver autonomamente na sociedade da informação" (ROSA; DIAS, 2012, p. 51). O acesso à internet deve fortalecer os usuários não só na capacidade de obter informações que o desenvolva profissional, política e culturalmente, mas também possibilite a expressividade criativa de opiniões, ideias, conhecimentos, artes etc. Para isso, segundo Rosa (2013), são necessárias as habilidades técnico-operacionais no manuseio das TIC para a produção e compartilhamento de escrita, som, audiovisual e oralidade e as habilidades informacionais que "[...] implicam a capacidade de manusear (avaliar) e integrar informações de diferentes níveis e formatos no ambiente digital para que se transformem em informações úteis para responder a finalidades intencionais do indivíduo" (ROSA; DIAS, 2012, p. 51).

O letramento digital também exige a habilidade cultural da alteridade. O ambiente das redes descentralizadas é inevitavelmente espaço de convívio interpessoal e, por isso, diverso e conflitivo. O usuário necessita saber respeitar as diferenças e articular os acordos (MOUFFE, 1990). O primeiro passo é a tolerância, isto é, ter a consciência da impossibilidade eliminar o dissonante. O segundo é a coabitação, que significa a necessidade compartilhar respeitosamente os espaços públicos com os diferentes. E, por fim, a solidariedade que representa as ações conjuntas indispensáveis com os outros que não fazem parte do grupo do usuário, nem compartilha seus valores (WOLTON, 2004). A internet demanda esta postura de cidadania civil que é, em última instância, o reconhecimento dos outros como portadores de direitos mútuos.

5 Participação

A inventividade criativa do receptor-usuário na construção dos sentidos dos textos e sua contribuição para existência e manutenção das estruturas de transmissão e de acesso exigem o reconhecimento de sua participação nos meios, ou seja, parte ativa e coproprietária do processo de comunicação. Para compreender esse direito, é necessário

esclarecer uma confusão entre interação e participação, muitas vezes, criada para escamotear a concentração do controle e as assimetrias que persistem nos ambientes de redes digitais. Essa manobra discursiva confunde participação e engajamento com alinhamento ativo dos usuários aos endereçamentos e propostas dos produtores de conteúdo das mídias digitais (GROHMANN, 2017). A noção de resistência e apropriação é desprezada nesta perspectiva. Por isso, a diferenciação entre interação e participação é fundamental para não cair nesta armadilha conceitual.

A interação é uma relação proposta e pretensamente sob o controle do emissor, podendo ser reativa ou mútua (RECUERO, 2009). A primeira se caracteriza por respostas dos receptores pré-determinadas, como por exemplo, a votação numa enquete com opções previamente postas ou a curtida numa postagem de uma rede social. Já a interação mútua dá a possibilidade de diversas respostas, como nas inserções das ligações telefônicas da audiência nos programas radiofônicos e televisivos ou nos comentários das publicações das redes sociais digitais.

Há, nestes processos interativos, sempre o iminente controle do emissor que, além de propor as ações dos receptores-usuários, cria expectativas de alinhamento e pode excluir um comentário ou desligar uma chamada telefônica. Obviamente, isso não significa que não haja resistências, apropriações e reações que fujam da administração do emissor, mas são situações deslegitimadas e indesejadas por esses, que causam, por exemplo, as famosas polêmicas na internet. É na perspectiva da busca de atrair e alinhar as audiências que se insere a interatividade dos meios massivos, inclusive em suas posturas nas redes digitais.

Já a participação exige um poder mais amplo para o receptor-usuário porque participar significa ser parte ativa e decisiva de um processo (DEMO, 1990). Reflete a luta pelo reconhecimento social da radicalização da democracia. A inclusão social significa considerar que todos devem usufruir dos direitos e bens fundamentais da sociedade, possibilitar o acesso aos grupos marginalizados e desfavorecidos e tornar vozes ativa nas decisões públicas. Desta maneira, o direito à comunicação reivindica, além do acesso de qualidade aos meios e a legitimidade das apropriações, que os receptores-usuários possam ter poder de decisão sobre os meios e as políticas de comunicação.

Há quatro níveis necessários para promover a participação nos meios (PERRUZZO, 2004). O primeiro está nas mensagens, quando os receptores-usuários possuem espaços para comentar, dar depoimentos e escolher conteúdos. É um nível superficial que se

assemelha à interação mútua. Existe desde a publicação de cartas dos leitores nos jornais no início do século passado até a veiculação nas rádios das ligações telefônicas consagradas nos anos de 1990. A implosão deste tipo de participação se dá com a ascensão dos comentários nos blogs e nas redes sociais digitais desde o final do século passado. Mesmo que tenha como principal objetivo a atração da audiência, humaniza as mensagens e, quando há uma política editorial que promova a diversidade das vozes, colabora com a democratização da comunicação.

O segundo nível é a participação na produção que possibilita a colaboração dos usuários-receptores na elaboração dos conteúdos. Os projetos de vídeo popular na década de 1980 (SANTORO, 1989), as oficinas de rádio comunitária nos anos 2000 (NUNES, 2007) e os projetos de produção colaborativa de conteúdo na internet são exemplos de como possibilitar esta participação que potencializa e reconhece a capacidade dos receptores-usuários em produzir os conteúdos midiáticos.

Mesmo num meio que possibilite a participação dos receptores-usuários na produção, as decisões podem continuar centralizadas e controladas verticalmente, pois o produtor raramente possui o poder de decidir sobre a linha editorial, isto é, quais os conteúdos que vão ou não ser publicados e priorizados e quais as abordagens dadas. Assim, a participação no nível de planejamento e gestão é fundamental para reconhecer o papel de protagonismo dos receptores-usuários na comunicação. Para isso, a criação de conselhos gestores dos meios com a participação dos diversos atores sociais, inclusive as audiências, é um caminho possível para a participação na gestão, já praticado em alguns veículos públicos como o grupo de comunicação britânico BBC, e em algumas rádios e TVs comunitárias brasileiras. Já o planejamento participativo demanda periodicamente consultas aos públicos sobre os conteúdos e a linha editorial, que podem acontecer por meio de enquetes, pesquisas de opinião, audiências públicas e até mesmo assembleias. Esta conquista de participação dos receptores-usuários na gestão e no planejamento dos meios carece o reconhecimento legal como um direito social que garanta a diversidade e pluralidade nos meios.

Participação é um processo que exige compromisso político. A tendência é o autoritarismo. São necessárias políticas sociais, autocrítica e motivações intrínsecas para promover a participação como um sentimento de pertença na vida social.

6 Considerações finais

O reconhecimento da cidadania comunicativa reivindica, assim, uma regulação democrática dos meios (VALENTE, 2013), ou seja, a legitimação do direito à comunicação que transcende a conquista de leis para garantir a participação social nas mídias. Regular extrapola a regulamentação porque, além das garantias legais, deve incluir políticas públicas e investimentos para a promoção da pluralidade e diversidade na comunicação. Para isso, é imprescindível fomentar o acesso pleno dos receptores-usuários, o letramento digital e a leitura crítica dos meios e a participação nas mensagens, na produção, na gestão e no planejamento. Reconhecer a comunicação como política pública que exige gestão participativa. É o reconhecimento jurídico e social do direito à comunicação.

Como toda construção social democrática, a conquista da cidadania comunicativa é um processo de conscientização e uma luta social que se realiza tanto nos espaços institucionais como nas demais esferas da vida pública. A discussão da comunicação como um direito social precisa ressonar no cotidiano e não estar restrita ao mundo dos especialistas, porque só assim pode horizontalmente efetivar-se. Desta forma, as próprias ideias, apresentadas neste texto, para compreender o reconhecimento do papel social dos usos e apropriações, necessitam passar pelo crivo do debate público e das apropriações e redesenhos inevitáveis dos descolamentos dos textos. Desta maneira, a intenção desta reflexão é tão somente servir de ponto de partida.

Referências

BOBBIO, Norberto. **A era dos direitos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 1992.

CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano**: artes do fazer. Petrópolis: Vozes, 1994.

CORTINA, Adela. **Cidadãos do mundo**: para uma teoria da cidadania. São Paulo: Loyola, 2005.

COSTA FILHO, Ismar Capistrano. Estudos de recepção: da dominação hipodérmica às mediações dos usos sócias. *In:* CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 16., 2014, João Pessoa. **Anais** [...]. João Pessoa: Intercom, 2014. não paginado.

DEMO, Pedro. **Participação é conquista**. São Paulo: Cortez, 1990.

DRUETTA, Délia. Repensar la apropriación desde la cultura digital. *In*: MORALES, Susana; LOYOLA, María Inés. **Nuevas perspectivas en los estudios de comunicación**: la apropiación tecno-mediática. Buenos Aires: Imago Mundi, 2013. p. 11-23.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

GOMES, Itânia. **Efeito e recepção**: a interpretação do processo receptivo em duas tradições. Salvador: E-Papper, 2004.

GROHMAN, Rafael. A noção de engajamento: sentidos e armadilhas para os estudos de recepção. *In:* ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO, 26, 2017, São Paulo. **Anais** [...]. São Paulo: Compós, 2017. não paginado.

HALL, Stuart. **Da diáspora.** Belo Horizonte: UFMG, 2003.

LEVY, Pierre. **Cibercultua**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1999.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro. UFRJ, 1997.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Ofício de cartógrafo**. São Paulo: Loyola, 2004.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Pensar la educación desde la comunicación**. Bueños Aires: Norma Editorial, 2002.

MARSHALL, Thomas Herbert. **Cidadania, classe social e status.** Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1967.

MATA, María Cristina. Comunicación y ciudadania: problemas teórico-políticos de su articulación. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos,** São Leopoldo, v. 8, n. 1, p. 5-15, jan./abr. 2006.

MONJE *et al*. Ciudadania Comunicativa: aproximaciones conceptuales y aportes metodológicos. *In*: PADILLA FERNANDEZ, A.; MALDONADO, E. (orgs). **Metodologias transformadoras**: tejiendo la red em comunicación, educación, ciudadania y integración en America Latina. Caracas, Fondo Editorial CEPAP: UNESR, 2009.

MOUFFE, Chantal. **O regresso do político.** Lisboa: Gradiva, 1990.

NUNES, Márcia Vidal. As rádios comunitárias nos movimentos sociais. *In*: PAIVA, Raquel. **O retorno da comunidade**: os novos caminhos do social. Rio de Janeiro: Ed. Mauad X, 2007.

OROZCO GOMÉZ, Guillermo. **Lo viejo y lo nuevo.** Madrid: Ediciones de La Torre, 2000.

OROZCO GOMÉZ, Guillermo.. **Recepción y mediaciones.** Buenos Aires: Ed. Norma, 2002.

PERUZZO, Cícilia. **Comunicação nos movimentos populares.** Petrópolis: Vozes, 2004.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

ROSA, Fernanda Ribeiro. Inclusão Digital como política pública. **Sur - Revista Internacional em Direitos Humanos.** São Paulo, v. 10, n. 18, p. 33-55, jun. 2013.

ROSA, Fernanda Ribeiro; DIAS, Maria Carolina Nogueira. **Por um indicador de letramento digital:** uma abordagem sobre competências e habilidades em TICs. Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão e Políticas Públicas) - Curso de Pós-Graduação em Gestão e Políticas Públicas,Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2012.

SANTORO, Luiz Fernando. **A imagem nas mãos:** o vídeo popular no Brasil. São Paulo: Summus, 1989.

SEN, Armatya. **A Ideia de Justiça.** São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

VALENTE, Jonas. **Regulação democrática dos meios de comunicação.** São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2013.

WILHEM, Anthony. Visual sounding boards: how deliberative is online political discussion. *In*: HAUGE, Barry; LOADER, Brian. **Digital democracy:** discourse and decision making in the information age. Londres: Routlegde, 1999. p. 82-102.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa.** São Paulo: Martins Fontes Ed., 2005.

WOLTON, Dominique. **Pensar a comunicação.** Brasília: Universidade de Brasília, 2004.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois?.** Porto Alegre: Sulina, 2003.

WOTTRICH, Laura. **Cidadania comunicativa:** apontamentos escassos de um campo de batalhas. Vitória: Congresso Mídia Cidadã, 2013.

The recognition of receptor-user in communicative citizenship

Abstract

Communicative citizenship is defined as the awareness and exercise of the right to communication that allows the inclusion of the various social groups in the media visibility. This concept requires the recognition of media receivers-users as subjects of this guarantee. To this end, quality access to equipment, signals and content should be part of public policies, as well as the enhancement of appropriations of messages through formations such as critical reading of the media and digital literacy. The

participation of the receiver-users in the management and planning of the media is another necessary achievement for the democratization of communication. Thus, the recognition of this right requires a democratic regulation of the media.

Keywords

Receptor; User; Citizenship; Communication Rights

Autoria para correspondência

Ismar Capistrano Costa Filho
ismar.capistrano@ufc.br

Como citar

COSTA FILHO, Ismar Capistrano. O reconhecimento do receptor-usuário na cidadania comunicativa. **Intexto**, Porto Alegre, n.52, e-104566, jan./dez. 2021. DOI: http://dx.doi.org/10.19132/1807-8583202152.102969

Recebido em 13/05/2020
Aceito em 09/06/2021

Copyright (c) 2021 Ismar Capistrano Costa Filho. Creative Commons License. Este trabalho está licenciado sob uma licença Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. Os Direitos Autorais dos artigos publicados neste periódico pertencem aos autores, e os direitos da primeira publicação são garantidos à revista. Por serem publicados em uma revista de acesso livre, os artigos são de uso gratuito, com atribuições próprias, em atividades educacionais e não-comerciais.

