

**COMUNICAÇÃO/EDUCAÇÃO E CONSUMO: POSSÍVEIS ARTICULAÇÕES
CIDADÃS PARA O ENSINO MÉDIO**

Camilla Rodrigues Netto da Costa Rocha
Matheus Alves Passaro¹

Resumo:

O artigo tem por objetivo refletir acerca do campo da comunicação/educação a fim de que, comungando-o com o consumo, possa se pensar, a partir daí, a cidadania. Elege, como objeto empírico para reflexão, o documento oficial PCNEM. Propõe extrair alguma das formas pelas quais a cidadania encontra-se articulada no documento, ou seja, entender quais as significações atribuídas ao termo. Como aporte metodológico elege, para investigar as significações da cidadania no PCNEM, a análise de conteúdo. Se vale também de pesquisas documental e bibliográficas que permitem intersectar os campos da comunicação/educação e do consumo, com a cidadania, a partir de Baccega, Canclini, Citelli, entre outros.

Palavras-chave: Comunicação. Educação. Consumo. Cidadania. PCNEM.

Introdução

Este artigo se propõe a pensar as designações conferidas, no texto da reforma do ensino médio - os chamados Parâmetros Curriculares Nacionais do Ensino Médio (PCNEM) - ao termo cidadania. E assim o faz dentro da perspectiva dos estudos da comunicação/educação e do consumo, a fim de compreender os sentidos a partir dessas reflexões.

O campo da comunicação/educação dialoga com as justificativas propostas no documento que conclama a sociedade a pensar um novo ensino médio. Isso porque os PCNEM expõem dois fatores que vão estimular a formulação dessas novas linhas de conduta para o ensino médio, a saber: (i) o papel da tecnologia, que, de acordo com o documento, ganha a relevância conotativa de uma "revolução informática" e, em virtude disso, "promove mudanças radicais na área do conhecimento"; e (ii) a expansão da rede pública no ensino médio, que deve vir acompanhada de "padrões de qualidade que se coadunem com as exigências desta sociedade".

¹ Comunicação e práticas de consumo do PPGCOM da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-SP). E-mails: camilla@costarocha.com.br; matheuspassaro@gmail.com

Portanto, para que possamos compreender quais os sentidos de cidadania expressos no documento e, ainda, para propormos outros olhares sobre o mesmo termo, necessário que investiguemos o consumo, enquanto um processo cultural, bem como o campo da comunicação/educação a fim de que, comungando-o com o consumo, possamos pensar a cidadania.

Como aportes metodológicos nos valem, no presente artigo, de pesquisas documental e bibliográfica que permitem intersectar os campos da comunicação/educação e do consumo, com a cidadania e, ainda, da análise de conteúdo para exame da significação desse termo dentro do texto dos PCNEM. Entendemos que esta última metodologia de pesquisa, análise de conteúdo, extrapola os limites de uma técnica que analisa dados. Isso porque, ao adotarmos essa metodologia, propomos ler o texto (seja verbal ou não verbal), de maneira crítica. Não vamos descrever seus dados, qualitativos ou quantitativos, mas debruçaremos nossa atenção no sentido simbólico da temática a ser analisada (MORAES, 1999). Ou seja, intentamos percutir as significações atribuídas ao termo cidadania em nosso texto de análise, os PCNEM.

Comunicação/educação

Localizado, predominantemente, nas primeiras décadas do século XX, as primeiras preocupações envolvendo as interfaces comunicação e educação possuem desdobramentos significativos nos dias atuais, seja na criação de novos termos ou de conceitos, que são utilizados para relacionar as duas áreas de conhecimento. Dentre alguns exemplos, temos: *media education*, *educación en medios*, *educación para la comunicación*, comunicação/educação, pedagogia da comunicação, mídia e escola, educomídia, educomunicação (CITELLI, 2014).

É preciso apontar, contudo, que a partir de Paulo Freire, nos anos 60, produziu-se o primeiro aporte inovador da América Latina à teoria da comunicação no campo da educação.

A pedagogia de Freire possibilitou o desdobramento das significações da palavra na própria comunidade, naquela que originando-se da

análise do processo de esvaziamento de sentido que sofre a linguagem nas técnicas normalizadas da alfabetização, traça um projeto de prática que possibilite o desvelamento de seu próprio processo de inserção no (e apropriação do) tecido social, e portanto, de sua recriação. Pois é só lutando contra sua própria inércia que a linguagem pode se constituir em palavra de um sujeito, isso é, *fazer-se pergunta* que instaura o espaço da comunicação (BARBERO, 2014, p. 17).

Baccega (1999, p. 7) ressalta que a complexidade de fundamentar práticas de formação de sujeitos conscientes "exige o reconhecimento dos meios de comunicação como um outro lugar do saber, atuando juntamente com a escola". Coaduna com Baccega, Orozco Gómez (2014, p. 25) para quem o "aprender não depende unicamente do ensinar, pois se aprende de muitas maneiras: pela descoberta, pela tentativa e pelo erro, tanto ou mais do que como resultado de algum ensinamento".

Neste sentido, podemos perceber que as aprendizagens estão em concorrência e as instituições, representadas pelas tradicionais agências de socialização - escola, família e igreja - também vêm se confrontando com os meios de comunicação, no que concerne a educação. Importante lembrar que os meios de comunicação também se constituem em outra agência de socialização (BACCEGA, 2009). O campo educação/comunicação está presente nesta disputa, propondo o diálogo entre as agências.

Contudo, é preciso se atentar como as diversas interfaces comunicação/educação, em uma análise abrangente, possam cair a uma leitura do moralismo rasteiro ou, igualmente, numa espécie de salvacionismo ancorado nos imperativos das tecnologias com acenos ao fim da escola e do professor, como destaca o pesquisador Cítteli (2010, p. 72) ressaltando ainda que é sempre bom perguntar de qual educação se fala.

É aquela reguladora dos padrões éticos, estéticos, políticos, morais, dados como sendo da e/ou pertencendo indistintamente à sociedade, e que parecem ter sido escritos em pétreas tábuas das leis forjadas nalgum mundo paralelo, de onde desapareceram as classes sociais, os interesses dos grupos, os recobrimentos ideológicos? Ou uma outra educação, posta sob perspectiva emancipadora, logo em condições de situar o debate acerca dos meios de comunicação em patamar crítico-reflexivo, de entendimento mais abrangente do que são, como funcionam, como constroem as suas narrativas, como

são elas estruturadas, enfim, perguntas acerca dos processos de produção, circulação e recepção das mensagens midiáticas?

Em uma breve retomada dos encontros e eventuais desencontros entre comunicação e educação a partir do cenário político-cultural, no contexto brasileiro, temos as emissões de rádio a partir dos anos 1920 que atendiam uma população de baixo letramento. Citelli (2014, p. 67) cita a utilização do rádio por alguns educadores, não como algo que "poderia afetar negativamente o moral, os costumes, os valores, mas uma riquíssima possibilidade para ajudar a reverter o cenário de abandono dos brasileiros quanto à educação formal", uma vez que quase 80% da população era analfabeta.

A ampliação e diversificação dos sistemas e processos comunicacionais no cotidiano, indo da televisão à internet, trouxeram novos desafios e também novas possibilidades para a educação formal. Citelli (2014) destaca dois pontos: primeiro, uso de dispositivos, suportes e linguagens potencialmente aptos para tornar o processo didático-pedagógico mais dinâmico, envolvendo desde os discursos postos em circulação em mídia até as estratégias de ensino a distância; segundo, pela confirmação ao deslocamento do próprio conceito de educação, antes afeito, quase exclusivamente à sala de aula, agora abrangendo níveis formais e informais com forte presença dos meios de comunicação.

Entretanto, é preciso problematizar o uso de dispositivos que talvez possibilitem aumentar a atratividade do ensino-aprendizado, possivelmente fazendo frente aos envolventes meios de comunicação, como a televisão, sobretudo a internet. Martín-Barbero (2014) ressalta que estamos acostumados a confundir a relação simplificadora da comunicação com os meios e da educação com seus métodos e técnicas. Por isso, segundo Baccega (2009, p. 20):

comunicação/educação inclui, mas não se resume a, educação para os meios, leitura crítica dos meios, uso da tecnologia em sala de aula, formação do professor para o trato com os meios etc. Tem, sobretudo, o objetivo de construir a cidadania, a partir do mundo editado devidamente conhecido e criticado (Baccega, 2009, p. 20)

Assim, faz-se necessário compreender que os meios, representados como uma outra agência de socialização, são educadores e por ele, passa a construção da cidadania. Baccega (2009) destaca alguns desafios para atuação no campo comunicação/educação no sentido de

congregação de agências de formação, tais como escola e os meios, voltados sempre para a construção de uma nova variável histórica. Dentre os desafios, apontamos como é fundamental o reconhecimento dos meios de comunicação como outro lugar do saber, atuando conjuntamente com outras agências de socialização. Local onde os sentidos são ressemantizados. Segundo a autora (BACCEGA, 2009, p. 21), "são os meios de comunicação que selecionam o que devemos conhecer, os temas a serem pautados para discussão e, mais que isso, o ponto de vista a partir do qual vamos ver as cenas escolhidas e compreender esses temas".

Um segundo desafio para o campo comunicação/educação seria compreender que sua composição não se reduz a fragmentos, exemplificados pela corrente discussão sobre a adequação da utilização das tecnologias no âmbito escolar. O importante, segundo a autora, que a discussão se dê sobre o lugar que a trama cultural ocupa na formação dos alunos, dos cidadãos e da sociedade contemporânea nos seus vários âmbitos. A edição dos fatos está presente na sociedade, nos meandros da cultura que a própria mídia ajuda a construir, independentemente de todos possuírem ou não aparelhos da mídia.

Outro desafio origina-se da pluralidade de sujeitos, inclusive na diversidade de identidade que habita cada um de nós, avançando "na elaboração do campo, mostrando a comunicação/educação como o lugar onde os sentidos se formam e se desviam, emergem e submergem: a sociedade, com seus comportamentos culturais" (BACCEGA, 2009, p. 22). A conformação de nossas identidades ocorrem também pelas nossas relações com os meios, a partir da realidade construída e divulgada por eles.

É preciso compreender que o campo comunicação/educação é composto por diversos saberes, a partir da diversidade multi, inter e transdisciplinar. Baccega (2009) ressalta que essa complexa inserção se coloca no centro das investigações do campo. Neste sentido, é importante destacar também, a forte relação do consumo com a educação, formal ou não formal, no qual se possibilita a formação do cidadão crítico em um processo social.

Consumo e cidadania

Partimos do entendimento de que o consumo não pode ser visto como “simples cenário de gastos inúteis e impulsos irracionais” (CANCLINI, 2008, p. 14). Desta forma, estamos na fronteira oposta daqueles que apressadamente condenam o consumo, dentro de um terreno fertilizado pelo senso comum. Ao invés, nos debruçamos em teorias do consumo que buscam, nas palavras de Canclini (2008), reconceitualizá-lo “como espaço que serve para pensar e no qual se organiza grande parte da racionalidade econômica, sociopolítica e psicológica nas sociedades” (CANCLINI, 2008, p. 14).

E assim o fazemos não só porque compreendemos o consumo enquanto um processo cultural (SLATER, 2008), mas também devido a imbricação do conceito de consumo com a cidadania. Neste sentido, Baccega (2014) entende a cidadania como "a outra face do consumo: ou seja, o estudo do consumo objetiva o exercício dela" (Baccega, 2014, p. 197). Não há, para a autora, a possibilidade de que o indivíduo seja considerado cidadão se for vetado ao mesmo, o acesso ao consumo.

Neste sentido, entendemos o consumo como aquele que “afirma-se como referente fundamental para a conformação de narrativas sobre si e sobre o outro e compõe universos simbólicos repletos de significado” (MELO ROCHA, 2008, p. 129). Portanto, em nosso entender, a questão do consumo não tem nada de trivial ou banal, tal como rotulam há pelo menos meio século. Ao contrário, o consumo traz consigo declarações sociais e políticas: as vontades estão para além daquele bem ou serviço e trazem embutidos desejos por um determinado estilo de vida, por engajar-se nas relações sociais (SLATER, 2008).

E retomando Baccega, aquele indivíduo privado dessa afirmação de si e/ou dessa inserção social não tem adjudicada sua condição cidadã para existência digna no mundo. Ou seja, de modo complementar podemos dizer que a imbricação entre consumo e cidadania se efetiva, ainda, no âmbito da uma comunidade onde a reivindicação perpassa inclusive pela esfera jurídica: há o direito em se ter acesso aos recursos materiais e simbólicos que sustentam a vida (SLATER, 2008). Sem esse direito, não se pode sequer cogitar existir cidadania.

Portanto, é nesta circulação de significados que o consumo opera, entre indivíduos e mundo, onde identidades são assumidas e lugares são reivindicados, que alocamos nosso ponto reflexivo sobre a cidadania.

Canclini (2008) vai articular uma concepção acerca da cidadania desvinculada daquela posta, na maior parte das vezes, pelo senso comum: de que a cidadania estaria estrita e irremediavelmente ligada somente a uma concepção jurídica, realizada na garantia dos direitos fundamentais ao indivíduo, excluindo-se o direito de pertencimento, por parte do Estado. Para além disso, afirma o autor, importa enxergar a cidadania como o aporte das subjetividades que, por meio de suas práticas sociais e culturais, se fazem pertencentes.

Também nos alinhamos com Orozco Gómez (2014) ao trazermos outra perspectiva - que igualmente extrapola uma cidadania calcada em direitos e obrigações. Para o autor, ao falar das telas e, em um contexto maior, ao falar da própria mídia, emerge a questão de uma cidadania comunicativa. Tal perspectiva nos conduz a refletir acerca dos ditames das telas: “Como se representam os cidadãos em seus diferentes cenários? Quem está presente nos relatos audiovisuais cotidianos e quem foi excluído?” (OROZCO GÓMEZ, 2014, p. 99).

Baccega (2014), neste sentido, nos convoca a pensar sobre a "edição dos fatos" (2014, p. 191) colocada pelos meios de comunicação. E, se com Canclini vislumbramos o consumo enquanto processo cultural, e, portanto, emancipatório das subjetividades cidadãs, que dizem quem são ao mundo, por meio de suas práticas, com Orozco e Baccega voltamos nosso olhar para a necessidade da reflexão acerca dos meios de comunicação. Assim, para que falemos em cidadania, necessário que pensemos não só o consumo, mas também comunicação e educação.

No cenário em que vivemos, não há que se ressaltar a supremacia de qualquer das agências socializadoras no processo educativo, pois acreditamos que, a sua maneira, cada qual cumpre a sua função. No âmbito deste artigo, por estarmos examinando os PCNEM, nos deteremos, todavia, na escola.

Para Baccega (2014) não basta que a escola proponha reflexão sobre os meios, ensine a leitura crítica e/ou se debruce em apenas incorporar novos aparatos tecnológicos: "mais que

isso: é preciso falar, agora, dessa construção de sentidos sociais que se dá no encontro produtos midiáticos/receptores, no bojo da construção das práticas culturais, da construção da cidadania" (BACCEGA, 2014, p. 194). Ainda com a autora:

À Escola compete, portanto, capacitar o aluno para não apenas 'mover-se na sociedade', seguindo 'o que e como deve sentir e fazer', mas, sobretudo, ter condições de mover, de modificar esse mesmo ambiente, o que só pode acontecer a partir da resignificação dos sentidos, da reconstrução das 'normas e regras' prescritas (BACCEGA, 2014, p. 195)

É desse ponto que propomos partir para analisar o conteúdo dos PCNEM no que se refere ao termo cidadania. Temos por objetivo entender quais as significações atribuídas ao termo a fim de que possamos não só extrair seus sentidos mas compreender suas variadas concepções com base no que foi refletido sobre comunicação/educação e consumo.

Análise dos Parâmetros Curriculares Nacionais do Ensino Médio

A partir das reflexões acima esboçadas, sobre comunicação/educação, consumo e cidadania, passamos à análise da alocação da expressão "cidadania" nos PCNEM, elaborados de acordo com os princípios articulados pela Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (Lei 9.394/96), formulada pelo Ministério da Educação. Destacamos os principais eixos conotativos da expressão que chama nossa atenção.

No início do documento (p. 9), o termo "cidadania" vai aparecer três vezes, sendo referenciado como um dos escopos do Ensino Médio. Neste sentido, resta colocado no documento: "o Ensino Médio passa a integrar a etapa do processo educacional que a Nação considera básica para o exercício da cidadania". Colocado fica, o ensino médio, como uma etapa intermediária e, nesta qualidade, preparatória do "educando" para "níveis mais elevados e complexos de educação e para o desenvolvimento pessoal, referido à sua interação com a sociedade e sua plena inserção nela". É dada ao ensino médio a tarefa de "garantir a preparação básica para o trabalho e a cidadania".

É possível perceber, neste sentido, a articulação do termo cidadania como ponte para que o indivíduo se integre e se mova na sociedade. Em consonância com o que trouxemos de Canclini (2008), percebemos nesta passagem, ainda que de forma implícita, a preocupação com a formação de um indivíduo que seja capaz de articular afirmações de si, para o mundo; sujeito que informa e conforma sua subjetividade no e para com o mundo.

Na página 11 do documento, podemos depreender uma conotação cidadã alocada juntamente ao indivíduo produtivo. É dizer, ser cidadão implica, nessa passagem, alocar-se no sistema produtivo: não existiria cidadão *contraproducente* para o sistema capitalista. E, nesse momento, os PCNEM invocam a educação como fundamental em seu papel para o desenvolvimento social. Cidadania, neste sentido, é colocada em relação a educação, alguém do que pudemos vislumbrar em Baccega (2014), pois que, para a autora, à escola cumpre mais do que a tarefa de engajar o aluno na sociedade mas, além disso, a de conferir-lhe meios e condições para tanto. Ou seja, não basta ser cidadão do sistema capitalista, engajando-se nele mas, para além disso, será cidadão aquele que seja capaz de refletir sobre o mesmo.

Ainda na página 11 o documento traz como necessário o desenvolvimento de "competências básicas" para o exercício da cidadania, dando diversos exemplos. Dentre eles, chama nossa atenção, em consonância com o que vimos, o "desenvolvimento do pensamento crítico". Apesar de incluir muitas noções, ao referir-se às competências de um cidadão, que escapam, ao nosso ver, da esfera semântica e significativa do conceito (como por exemplo o saber trabalhar em equipe, aceitar críticas, correr riscos, entre outras), percebemos como coerente elencar o pensamento crítico. Em certo sentido, vimos com Baccega (2009; 2014) e Orozco (2014) ser imprescindível a formação da criticidade. É, ademais, no pensamento crítico e reflexivo que resta o escopo da comunicação/educação para formação de indivíduos cidadãos, capazes de *ler e interpretar o mundo*, para agir sobre ele.

Neste sentido, o documento traz a escola, na página 59, como necessária para que a cidadania possa ser entendida enquanto um "protagonismo responsável, para exercer direitos que vão muito além da representação política tradicional: emprego, qualidade de vida, meio

ambiente saudável, igualdade entre homens e mulheres, enfim, ideais afirmativos para a vida pessoal e para a convivência".

Aqui nos deparamos com a acepção jurídica do termo, na medida em que denominar-se cidadão passa a estar articulado com acionar seus direitos. Sobre o assunto, entende Baccega (2014) que, para haver cidadania plena, necessário se faz a comunhão de "três passos indispensáveis: 1. o sujeito ter consciência que é *sujeito de direitos*; 2. ter *conhecimento de seus direitos*; 3. serem adjudicadas ao sujeito as garantias de que ele exerce ou exercerá seus direitos sempre que lhe convier" (Baccega, 2014, p. 197).

Retomamos nossas reflexões acerca do que afirma Canclini (2008) sobre consistir, a cidadania, mais do que em direitos reconhecidos mas também, e inclusive, "o direito ao exercício das 'práticas sociais e culturais que dão [ao sujeito] sentido de pertencimento'" (*Apud* Baccega, 2014, p. 197).

Podemos depreender, a partir do termo articulado na página 59, que o sentido de "cidadania" mescla acepção jurídica com práticas de pertencimento. Ou seja, se fala em protagonismo de um indivíduo cidadão conclamado a agir na esfera dos ideais ligados ao seu pertencimento enquanto sujeito de uma coletividade, bem como individual. Mas, ainda assim, nos questionamos sobre o seguinte aspecto: em que medida há de fato uma preponderância da subjetividade sobre a *ordem social* e o *sistema produtivo*? Ou seja, em que medida se considera e se adjudicam condições para que o "ser cidadão" seja um sujeito consciente de seus direitos e articulador de sua subjetividade?

Referências Bibliográficas:

BACCEGA, M. A. A construção do campo comunicação/educação. **Revista Comunicação & Educação**. São Paulo: Paulinas. Ano XIV • jan/abr. 1999. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/36838>. Acesso em: ago. 2015.

BACCEGA, M. A. Comunicação/educação e a construção de uma nova variável histórica. **Revista Comunicação & Educação**. São Paulo: Paulinas. Ano XIV • Número 3 • set/dez 2009. Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/comeduc/article/viewFile/7837/725>. Acesso em: ago. 2015.

BACCEGA, M. A. Comunicação e consumo: educação e cidadania. In: Melo Rocha, R.; OROFINO, M.I (Orgs.). **Comunicação, consumo e ação reflexiva: caminhos para a educação do futuro**. Porto Alegre: Sulina, 2014. p. 189-204.

CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

CITELLI, A. Comunicação e educação. In: Baccega, M. A.; CITELLI, A.; et. al. (Orgs.). **Dicionário da comunicação – escolas, teorias e autores**. São Paulo: Paulus, 2014. p. 65-74.

CITELLI, A. Comunicação e educação: convergências educomunicativas. **Revista comunicação, mídia e consumo**. São Paulo: ESPM. Vol. 7 • Número 19 • p. 67-85 • jul/2010. Disponível em: <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/195>. Acesso em: ago. 2015.

MARTÍN-BARBERO, J. Alfabetizar em comunicação. In: **A comunicação na educação**. São Paulo: Contexto, 2014. p. 17-42.

MELO ROCHA, R. Comunicação e consumo: por uma leitura política dos modos de consumir. In: BACCEGA, Maria Aparecida (org.). **Comunicação e Culturas do consumo**. p. 119-131. São Paulo: Atlas, 2008.

MORAES, Roque. Análise de conteúdo. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.

OROZCO GÓMEZ, G. Meu itinerário pela comunicação e pela educação. In: **Educomunicação - recepção midiática, aprendizagens e cidadania**. São Paulo: Paulinas, 2014. p. 13-34.

OROZCO GÓMEZ, G. **Educação: recepção midiática, aprendizagens e cidadania**. São Paulo: Paulinas, 2014.

SLATER, D. **Consumer culture & modernity**. EUA: Blackwell Publishing Inc, 2008.