

MEIOS DE COMUNICAÇÃO E AS ELEIÇÕES: LEITURAS PARA A CONSTRUÇÃO DE UMA NOVA ÉTICA

*César Henrique Machado**

O "Bom" e o "Mau", o "Certo" e o "Errado", a "Consciência" e a "Alienação", a "Manipulação" e a "Libertação". A Sociedade Ocidental constantemente reduz as interpretações de seu mundo em categorias conceituais antagônicas, esperando (muitas vezes) que elas se esgotem em si mesmas.

A análise do papel dos Meios de Comunicação nos processos sucessórios cai usualmente neste erro: ou se cria a premissa orweliana e frankfurtiana de determinação do processo pelos meios, ou, de uma forma ainda mais ingênua, apregoa a imparcialidade do meio (ou sua incapacidade de ingerência) frente ao embate de projetos políticos.

Se estas premissas não são suficientes para esgotar todas as nuances deste embate, tão pouco é possível, a partir da ingênua combinação de conceitos maquiados de ambas as escolas, analisar de casos isolados ajustando-os a uma ou outra perspectiva. A "função social" dos meios de comunicação e suas relações com os mecanismos de produção e reprodução do poder devem ser contextualizados historicamente e problematizados dentro do campo das relações interpessoais, que as situa social e individualmente no campo das perspectivas sociais e do desejo.

Dentro desta perspectiva um tanto pretensiosa, procuramos delimitar um campo de sedimentação das relações de poder, contextualizando o universo das relações comunicativas, relacionando perspectivas que se constroem dia a dia, na combinação das micro e das macro-relações de poder expressas também no campo da comunicação.

A tentativa é avançar sobre o campo de formulações do estruturalismo funcionalista e, portanto, romper com a tendência limitada a conceitos e estruturas etéreas e lineares. É assim que pretendemos desvendar parte de uma teia social que não pode ser esgotada a partir de leituras positivistas ou formuladas a partir de uma visão marxista ortodoxa, tão comuns na "Escola de

* César Henrique Machado é licenciado em Estudos Sociais e História, autor-roteirista, editor e diretor de vídeos e acadêmico do Curso de Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda da UNISC.

1 Nota do Autor - Estes conceitos estão colocados propositalmente em maiúsculo dada a tendência em lhes atribuir a força de sujeitos históricos.

Frankfurt".

Delimitamos a necessidade de construção de uma nova ética comunicativa que se baseie, no respeito à multiplicidade e na negação do agenciamento de medos, totalitarismo e maquinações, que violentam os conceitos de cidadania em seus sentidos mais profundos.

No Princípio era o Verbo...depois veio o Estado Totalitário.

A articulação dos laços de poder do Estado no tecido social e o papel dos meios de comunicação não pode ser negada de todo. Mas devemos reconhecer que os fluxos de abstração das relações de poder do meio social articulam-se em perspectivas heterogêneas do Estado: dentre eles, a sustentação de um Estado Totalitário².

A tradição do Estado brasileiro está muito mais vinculada a construção do totalitarismo do que a uma perspectiva libertária, e isto trouxe variantes óbvias na comunicação. A limitação da resistência a esta face totalitária negaram à sociedade civil um mínimo de livre arbítrio ou de poder de influência sobre decisões chave do seu cotidiano. Estas decisões receberam lugar na ordem estatal como resultado da perspectiva de "delegação imposta" desta função pela sociedade civil³.

Este é apenas um dos elementos que deve ser considerado quando a temática é a relação entre Estado e Meios de Comunicação: é perceber um Estado Nacional que tem representação muito expressiva no ideário social, e que vê na mídia a perspectiva de articulação da simbiose que reproduz esta relação de poder calcada na submissão delegada.

Mas os mecanismos de reprodução são muito mais complexos, o que

2 Aqui cabe ressaltar que usamos o conceito de Estado Totalitário não necessariamente preso a perspectiva de um Estado Ditatorial. Entendemos por perspectiva de Estado Totalitário a que espera que a construção das relações de convívio sejam reguladas diretamente pela ação do Estado e que, portanto, acabam deslocando o eixo do debate da sociedade para a disputa do poder no interior deste Estado. Esta perspectiva parece muito importante porque é a partir dela que se situam os campos do desejo social e é sobre esta base que se articulam os processos de comunicação. Ou seja, é a partir deste mecanismo que poderemos entender as premissas da perspectiva dos agentes sociais e sua expressão no âmbito dos Meios de Comunicação de Massa, entender seu papel inerente nos processos sucessórios e delimitar as bases para construção de relações éticas na comunicação.

3 Este é maior contrassenso construído por este processo. Tanto se fez crer que as soluções para os problemas do processo social deveriam passar pelo Estado (de forma totalitária, impedindo a articulação de mecanismos vivos desta sociedade) que hoje não se consegue romper com esta premissa que construiu na sociedade a perspectiva da delegação.

significa que o papel da mídia neste processo transcende a de uma perspectiva de reprodução absoluta. Ou seja, nem mesmo a semiótica pode pretender encontrar respostas precisas para esta relação entre evento e significação, pois, de um lado, o universo de fatores que delimita as possibilidades de transformação e manutenção é muito mais amplo e, de outro, o papel das mídias não passa pelo mero entendimento de seu discurso no plano semântico.

Cabe perceber, portanto, os meios de comunicação como agentes sociais potencializadores de uma prática social, e não numa relação limitada em "determinantes" ou "determinados".

É isto que pode ser percebido na história dos meios de comunicação de massa, que está repleta de exemplos da interrelação destes meios com o imaginário social. Tentaremos explicitar alguns elementos, que nos parecem muito significativos, já que ajudam a delimitar diferentes perspectivas da relação Sociedade - Estado - Meios de Comunicação.

No seio do próprio Brasil Imperial, sobreviveram jornais com uma clara postura contra o regime político (base para sustentação de qualquer Estado) como os jornais gaúchos "A Reforma" do Partido Liberal, "A Democracia" (que não chegou a ter muita expressão) e do jornal "A Federação" (jornal oficial do Partido Republicano Gaúcho). Uma peculiaridade destes veículos é instigante: assim como excluíam-se do campo do oficial, tampouco representavam leituras "da coletividade" antes disso, representavam uma leitura de sociedade de grupos específicos e dirigiam-se a estes grupos.

Mas nestes casos sequer poderíamos falar em veículos de comunicação de massa, dada a clara limitação de seu campo de atuação. O conceito de comunicação de massa é aplicável muito depois, com o advento de uma nova ordem social.

República, industrialização, surtos desenvolvimentistas, nacionalismo. O surgimento de uma nova ordem (ou como idealizaram os positivistas: ordem e progresso) criou novas matrizes no desejo social. A reorganização de um país sob novas bases sociais trouxe consigo duas perspectivas de interpretação da sociedade que passam a se reproduzir e disputar espaço no seio da sociedade: o nacionalismo populista e o liberalismo.

Ambas se inspiram no **American Way of Life** para ditar à sociedade um novo padrão de vida e consumo. Muito embora partam de dois pressupostos diferentes com relação ao processo de desenvolvimento⁴, mantinham uma

4 O Nacionalismo populista pregava um novo modelo de desenvolvimento que chegou a ser chamado de Capitalismo Moreno, enquanto os Liberais defendiam o amplo e incondicional atrelamento ao capitalismo mundial.

mesma perspectiva quanto aos movimentos sociais: eles deveriam ser contidos e ajustados aos preceitos da ordem. Os movimentos seriam ora esvaziados, ora desvirtuados, ora contidos a força.

No campo da comunicação, abre-se espaço para o surgimento da "opinião pública" e o universo da mídia desloca-se sob uma série de dualidades, pois, graças a uma visão cada vez mais capitalista (onde se pretende colocar e vender um produto no mercado), a mídia passa a se atribuir o papel de "leitores da vontade da população". É sobre este universo que a mídia impressa, assim como as demais, se mantém e se ajusta: numa sociedade que se articula sobre premissas nacionalistas ou liberais.

Nesta sociedade, não houve muito espaço para a manutenção de jornais com uma perspectiva operária. As (até muitas) iniciativas acabavam-se rapidamente ou nunca ultrapassavam a sua condição panfletária. Ao longo deste tempo o Estado tece profundas cadeias de interrelações com os mecanismos de reprodução das relações de uma nova ordem capitalística, não como criadoras de clones que perpetuam o Status Quo, tal como pretendem os "marxistas mecânicos", mas como agenciadores com poder efetivo de determinar padrões mutantes que encontram respaldo nas intrincadas cartografias do desejo.

O caráter intervencionista que este assumiu ao longo destes anos condicionou a mídia a enxergar a sociedade não apenas a partir das lógicas de seu mercado, mas também na lógica do Estado, pois também ele representava uma face institucionalizada do seu mercado. Esta lógica prevalece também na relação do Estado com o restante do mercado numa sociedade onde o **Laizze-fair** parece necessitar do contínuo **referendum** do Estado. Os Estados autoritários do regime militar, tão frescos em nossa memória histórica, não estão sozinhos neste processo, mesmo no tumultuado governo Jânio, e, de certa forma, no enfraquecido governo de Goulart, exerciam um profundo papel de ingerência na vida nacional.

Por outro lado, temos a evolução de uma opinião pública que se acostumou a perceber o processo de desenvolvimento capitalista com bons olhos, pois aparentemente lhe trazia conforto, trabalho e novas perspectivas de futuro para si e seus filhos. Some-se a esta perspectiva uma tendência à acomodação construída a partir do desmantelamento do espaço de participação nas disputas sociais, aliado à perspectiva de resolução dos problemas a partir da "benéfica" do Estado. Esta é a função do Estado no imaginário social desde o luddismo inglês: um Estado paternalista, mas que passa longe das causas geradoras do problema.

A relação histórica construída com o Estado deu à mídia um campo de perpétua dependência. Afinal, é no campo do Estado que a mídia encontra subsídios para leitura do cotidiano, porque (parece) quase tudo atravessa a lógica deste Estado, do luto presidencial à reedificação do sentido de nação pelo esporte.

Esta interrelação pode ser demonstrada de várias formas, mas, sobretudo, pela lógica estatal da leitura dos acontecimentos sociais demonstrada dia a dia nos meios de Comunicação de Massa.

A cada leitura do real cabe uma entrevista com populares anônimos, como que para comprovar sua ignorância ou a veracidade da leitura, sempre seguida de um depoimento confiável de um especialista ou de autoridade pública, pois é a eles que se reporta o campo da decisão e, portanto, do saber. Delimitando padrões de saber se constrói a apologia do saber formal, aquele das Universidades, suprimindo o saber dito "popular", numa percepção positivista do saber.

A violência com que esta perspectiva se enraizou às leituras do cotidiano é que dá a sensação de que mais vale a leitura do real do que o próprio real, a representação ao objeto. A concepção de ética no âmbito da mídia não consegue perceber-se senão ajustada a estes parâmetros, o que significa que criou-se um senso ético no âmbito da homogeneidade oligárquica, não em espaços de acolhimentos múltiplos.

Aparentemente resta muito pouco ao indivíduo, a não ser contemplar a leitura do real como o próprio real, já que estreitaram-se os limites de sua ação e percepção. É sob este terreno que cresce o mito do medo à mudança, um medo que não se relaciona com as transformações técnicas em uma sociedade, mas à articulação de mecanismos de delegação de poder e acomodação social. Munidos destes elementos, passa-se a construir elementos de significação, através discursos sógnicos que permeiam todo o processo de relações humanas a partir de pré-expectativas existentes.

A mídia passa a articular-se com este discurso de manutenção-transformação. Um discurso que deixa de ser um amontoado de palavras com significados para, ele próprio, ser agente de reprodução de uma perspectiva dada na ordem oligárquica, cristalizada em um estado totalitário, e que tem na mídia um espaço de embate na reprodução social.

Poder Midiático, o Deslocamento dos Fluxos de Poder?

A importância que os Meios de Comunicação de Massa assumiram na contemporaneidade fomentaram a discussão sobre seu papel nos fluxos e poder social. Os principais pontos desta discussão oscilam entre a afirmação da alienação do receptor, através da construção do discurso das mídias no seu plano semântico, entre a negação desta relação, a partir de uma suposta imparcialidade dos meios e a negação completa desta relação em função da refração aos conceitos e da imprevisibilidade das reações dos indivíduos.

Primeiro cabe desconsiderar qualquer tentativa de delimitar a imparcialidade dos meios de comunicação frente ao universo social. A teoria da comunicação e a simples análise do discurso e dos padrões estéticos do campo das mídias inviabiliza qualquer sustentação deste discurso. O mito da imparcialidade está definitivamente enterrado, embora os meios não tenham divulgado o convite para a "missa do sétimo dia". Contudo, tentar delimitar a relação das mídias pela negação completa de sua influência é, além de um recurso inconsistente, problemático, se observado o universo das relações humanas.

É sobre este universo de relações humanas que se produz (e reproduz) poder e a análise do papel da mídia não pode fugir deste enfoque. Assim sendo, preferimos perceber a relação dos meios, não como um quadro de determinação constante de manipulação, mas como elemento subsidiador de uma prática discursiva e de poder na sociedade.

É a partir deste pressuposto que vemos a dimensão de superfície da Teoria do Caos cedendo espaço à percepção de que a rede de interrelações que se subsidia deste universo de "informações" está conectada a uma série de perspectivas que atravessam o universo das relações interpessoais, amparadas em posições formadas no universo social. Tal qual preconizam os "pós-modernos", a substituição da leitura do real ao real agencia um fluxo de construção processual que propicia a existência, ou não, do real para a população, vinculada ao fato de estar inserido, ou não na mídia⁵.

Ou seja, negando a percepção de consciência de classe, tal como concebem os marxistas ortodoxos⁶, não podemos cair no erro de considerá-la erradicada do fluxo de informações. Antes disso, os mecanismos de consciência estão muito mais próximos dos conceitos de identidade social, e os fluxos de consciência não são imunes a variações impostas pelo desejo.

Retomemos a questão do poder delegado ao Estado na contemporaneidade. Ela permaneceu, de certa forma intocada, a não ser por um dado novo: o Estado divide hoje a posição de canais de expressão da sociedade com a mídia. Esta posição rendeu nos meios acadêmicos, em especial na comunicação e ciências sociais, a articulação de teorias que vêem na mídia a expressão de um novo poder maquiavélico e altusseriano.

⁵ Se não fosse assim, como poderíamos conceber que a projeção de nomes como Lula e FH, que se devem também a sua existência nos meios, e no entanto, desconsiderar o poder que isto representa?

⁶ A concepção marxista pretende a consciência de classe como elemento de transformação social atrelando-a, no entanto, a um fluxo revolucionário rumo ao socialismo. Ou seja, delimitando a consciência a um plano que restaria a população ter ou não "consciência".

Esta presunção não é gratuita. Com a redução dos espaços de convívio comunitário, típica nos grandes centros, há uma gradativa sobredeterminação do que é expresso na mídia. Afinal, ela parece funcionar como socializador das angústias sociais em proporções geométricas. Se antes a articulação dos movimentos sociais só tinha sentido se atravessasse o campo do Estado, hoje uma luta só tem sentido se for reproduzida no campo da mídia.

O problema é que as leituras realizadas sob estas bases caem, usualmente, numa mesma vala reducionista: a "TV é uma máquina de vender sonhos", "jornais são deturpadores profissionalizados", etc. Não conseguem perceber neste universo multifacetário elementos extremamente importantes para perceber as reais dimensões e implicações do "poder midiástico".

As respostas aos anseios consumistas, a expectativa por informações variadas, fragmentadas e "objetivas", a sustentação de expectativas conservadoras, o preenchimento de vazios socialmente construídos e a contínua reafirmação (ou transformações) de modelos e padrões estéticos são alguns exemplos destas facetas que tem origem numa relação estabelecida com fluxos do ideário social. Elas podem ser entendidas também como a substituição e sofisticação de mecanismos muito mais antigos com as mesmas funções⁷.

O maior problema é a forma com que estes mecanismos tem sido acionados pelos meios de comunicação. O agenciamento das angústias, maior parte das vezes, rompe com qualquer princípio ético e é canalizado pela reprodução de interesses ou exploração dos temas pela mídia (interessada nas tiragens e audiências ou em seus projetos políticos).

Estudo de Caso: As eleições Majoritárias de 1994

Hoje a tranqüila liderança de Lula em todas as pesquisas no início de 1994 parece mais reflexo de um descontentamento do resultado do Governo Collor, e a imediata referência a campanha anterior, do que os próprios méritos eleitorais do petista. É mais, inexistia até então qualquer liderança política com poder de fogo para neutralizar o avanço das esquerdas, seja pela indicação de um líder conservador, seja pela articulação da "terceira via". O poder da mídia, neste contexto, foi o de fornecer os subsídios capazes de articular uma frente anti-Lula, com poder de fogo para o embate (e existe na sociedade articulada uma pré-

⁷ O Circo Romano, o Teatro de Sombras e Ópera Chineses, os velhos contadores de histórias, os mitos contos e lendas de qualquer civilização, os Romances, os Saltimbancos e Andarilhos, as Feiras Livres...

disposição para aceitar esta tendência)⁸.

A articulação pró-FH recebeu, além de uma cobertura fantasticamente favorável da mídia ao Plano Real⁹, o endosso de temores anti-Lula até mesmo em comerciais aparentemente inocentes, que mostram "gente que faz" ou outro, de uma rede de lojas de material de construção, cujo jingle suave e otimista dizia: "os teus caminhos são tão especiais, os teus amores são tão reais...".

A imagem do Plano Real entra neste contexto como base alimentadora da candidatura de Fernando Henrique na medida em que, além de apresentar e consolidar a perspectiva de uma terceira via política, articula-a como uma alternativa de estabilidade econômica e retorno ao consumo¹⁰.

Os fluxos de informação e poder intrínsecos à sociedade passam a ser alimentados por este universo construído a partir da ingerência do Estado no processo econômico e político. Ou seja, a partir da articulação desta imagem do Real (filiada à imagem de FH) as microredes anti-Lula têm subsídio para, a partir da afirmação de um modelo econômico, realizar a negação intrínseca aos temores que representam um presidente Luís Inácio da Silva.

A eleição para Governador do RS se insere neste universo de uma forma diferenciada, mas com o mesmo princípio.

De um lado há uma pré-disposição em denunciar o abandono dos investimentos no Estado com recursos federais, este fato, sintomaticamente, gerou até a formação de uma Frente Separatista no RS(sic). Por outro lado, existe uma expectativa nos meios agrários do estado quanto a posição do PT em relação aos movimentos sem-terra¹¹.

O interesse da RBS em eleger Antônio Britto pode ser percebido em entrelinhas de sua "cobertura objetiva". Em contrapartida, as publicações de sindicatos e entidades ligadas ao movimento popular inverteram esta perspectiva e assumiram um caráter ainda mais panfletário. Esta inversão provavelmente

8 Uma tendência construída também com subsídios na mídia, como pela insistente pregação anti-socialista, fundada na elegia do pós-soviético, por exemplo.

9 Lembre-se que todos os demais Planos econômicos dos governos anteriores receberam uma cobertura exaustiva, o que reforça nossa tese de realimentação de uma ordem, no caso econômica, via ingerência estatal.

10 O que corresponde aos anseios de uma sociedade consumista mas, principalmente, demarca definitivamente o caráter de nossa estrutura social, onde a euforia pelo consumo de importados não leva em consideração a manutenção do próprio mercado de trabalho.

11 Lembre-se que esta questão é delicada do ponto de vista dos agricultores do estado, que o viram, inclusive, associado ao Partido dos Trabalhadores e à morte de um policial militar, como consequência de uma manifestação do movimento em Porto Alegre em 1992, fato exaustivamente explorado pela imprensa do Estado.

visava neutralizar a parcialidade da mídia nacional e estadual, no entanto, não consegue fugir da base de sustentação do atrelamento. Qual seja: a hipervalorização do Estado, o agenciamento de interesses, a manipulação unilateral de informações e a reprodução de outros medos e referências.

Alguns fatos: Uma declaração de Olívio Dutra (PT) é visivelmente distorcida no Jornal Zero Hora, mostrando certa tendência à função de alimentar os medos agrários no dia do último debate na televisão. Este fato é explorado como ofensiva pelo candidato do PMDB, rebatido pelo Petista, mais tarde recolocado em discussão por outros dois interlocutores da rede. Invariavelmente, a introdução das perguntas de Britto e dos interlocutores da RBS tinham o mesmo teor: "*Tinha preparado uma outra pergunta... mas quando li a entrevista resolvi...*". No dia seguinte, abre-se uma caixa na matéria do debate com a manchete "A Declaração que Olívio Esqueceu", o teor da transcrição da matéria não denunciava nada tão grave que justificasse tamanha polêmica, no entanto o tratamento dado ao tema e a própria manchete é claramente tendenciosa. Estes fatos, construídos no campo da mídia, são explorados durante toda a última semana de programas gratuitos pelo candidato do PMDB.

Além disto, a eleição vitoriosa de FH estabelece um elo de interrelação com a de Antônio Britto no Estado, este fato é ratificado ao longo de todo o segundo turno pelo candidato local e pela mídia.

Estas posições da mídia não teriam maior importância, se não estivessem amparadas em fatos e angústias sociais no interior do Estado. De um lado, a angústia de agricultores preocupados com a manutenção da ordem social no campo e com a manutenção da posse de suas terras. De outro, a angústia gerada neste mesmo interior que resente a falta de apoio pelo Governo Federal, expresso pela necessidade de linhas de crédito agrícola, manutenção e ampliação de estradas para o escoamento da produção e até na expectativa pelo Mercosul¹².

O Fomento da mídia a esta angústia tendiam a apontar Britto como a melhor alternativa. O somatório de informações estabelece elos de identidade com o discurso construído pelo candidato, que o apontava como o pacificador do Rio Grande e com um íntimo relacionamento com o governante eleito. O envolvimento da RBS na campanha de Britto teve, portanto, base em uma história construída sobre estes dois mecanismos de estímulo ao medo: o medo da exclusão na divisão de recursos federais e do acirramento da violência no campo.

12 Invariavelmente entendida por boa parte da população de cidades interioranas como alavanca de desenvolvimento destas regiões.

Muito embora as pesquisas indicassem uma tendência de inversão das posições de ambos apontando uma virada pró-Olívio, isto não aconteceu. A tendência foi freada e revertida, segundo nossa tese, pelo ataque ostensivo à "posição" de Olívio frente aos sem-terra e a uma declaração de FH no Fantástico, dois dias antes da eleição que decretou: "*o Presidente eleito não pode ingerir diretamente nas eleições estaduais, mas em alguns estados algumas candidaturas são muito importantes para o projeto do futuro governo, como a eleição de Antônio Britto no Rio Grande do Sul, em função do Mercosul, por exemplo...*"

Esta declaração não passou despercebida pelo povo funcionando como um freio na candidatura de Dutra e combustível para a de Britto. No dia anterior à votação, a pedido de Britto, FH liga para o Jornal Zero Hora para ratificar seu apoio a Britto. Todos eles, a mídia, FH, Britto, etc. Sabiam que a eleição seria disputada voto a voto e a introdução destes elementos poderiam fazer uma diferença considerável no dia da votação.

Conclusão: O Estado, a Mídia e as Eleições

Estes podem ser alguns parâmetros para compreensão não só da relação da mídia com as eleições, mas da população com o processo sucessório, através dos resultados que ela aponta:

Primeiro, percebendo a pretensa imparcialidade conservadora adotada pelos meios, não como condição sine qua nom, mas como prerrogativa de manutenção da condição de agente oligárquico. Ainda assim, reforçando a importância desta reprodução dada à lógica de percepção do Estado dentro do processo social, em uma vocação totalitária historicamente construída.

Segundo, pela reprodução de um modelo de saber, o saber formal, como parâmetro de julgamento do "melhor candidato".

Terceiro, pelo escamoteamento das relações entre os elos de ligação intraoligárquicas, de continuísmo, e referendun da linguagem dos MCM a estas posições, o que lhe garante a reprodução da pretensa isenção. Esta posição, inclusive, é garantida novamente através da exaustiva referência à opinião popular pelas pesquisas de opinião, por exemplo.

Quarto, pela incorporação dos signos produzidos pelo estado e incorporados à figura de um candidato, como base para a leitura e reprodução dos mais diversos valores vendidos como subprodutos desta mídia.

Muito embora cada um destes elementos esteja correto, não são o suficiente para revelar o resultado deste processo sucessório. Seria muito simples: a população foi manipulada pelos meios de comunicação, mas infelizmente não é assim; (pois se fosse, a revelação do caso Ricupero traria

danos muito maiores ao processo sucessório).

As derrotas das esquerdas devem-se a sua incapacidade de ajustar seu discurso e sua prática a anseios sociais e ao rompimento de medos: intervenção militar, desemprego, perder terras, convulsões sociais, instabilidade econômica e política, e principalmente, mudança. Este fator já era conhecido pela candidatura Lula nas eleições anteriores, tão conhecido que a base desta campanha pregava "Lula lá, sem medo de ser feliz..."

Assim sendo, parece claro que a perspectiva de democratização dos meios de comunicação e da ética não pode ser considerada senão em um contexto mais amplo, porque pressupor tal democratização e tal ética sem uma democratização da sociedade é uma suposição descabida.

Considerando os fluxos das relações socialmente construídas, este propósito é muito mais amplo e profundo pois significa subverter a ordem capitalística que gerencia e potencializa medos e pré-concepções.

Hoje, quando procuramos construir uma sociedade fundada numa sadia convivência multicultural, deveríamos supor que sua equivalência no campo político-partidário é o respeito às mais diferentes demandas ideológicas.

No entanto, a prepotência com que exercemos estes fluxos, seja nos meios convencionais de comunicação de massa, seja nas publicações "alternativas" dos movimentos populares não referenda qualquer perspectiva de auxílio a construção da cidadania.

Construir a cidadania só pode ser possível no momento que o indivíduo assumir seu papel de agente social, rompendo definitivamente a premissa da acomodação pela delegação de poderes.

Cabe à mídia perceber que a criação de espaços multifacetários são base para a construção de relações mais éticas com a sociedade. Porém vislumbrar uma mídia que subverta um papel de antebraço do Estado, valorize as mais diversas fontes de saberes e que redefina suas linguagens e até modelos de produção parece uma perspectiva utópica, ao menos a médio prazo, pois não há esboços nesta direção.

Da mesma forma, há de se construir um movimento popular que assuma seu papel social mas ancorados em processos mais amplos de acolhimento do diferente, não como mero acolhimento, mas como espaço de afetação que propicie a articulação de relações mais democráticas.

Por fim cabe conceber "Ética" enquanto conjunto de valores socialmente construído. Percebendo que o maior dos valores da sociedade humana está em sua multiplicidade criativa e criadora e que o maior compromisso dos profissionais de comunicação social é romper com qualquer tendência homogeneizante.