

POLIFONIA	CUIABÁ	EdUFMT	Nº 11	p. 91-108	2005/2006	ISSN 0104-687X
-----------	--------	--------	-------	-----------	-----------	----------------

## **ESSÊNCIA, POSSIBILIDADES E PROJEÇÕES DA COMUNICAÇÃO POLÍTICA NA SOCIEDADE<sup>1</sup>**

**Juan Felipe Sánchez Mederos\* (UFMT)**

**RESUMO:** O artigo destaca como na contemporaneidade a miscigenação de grandes corporações de banqueiros, de monopólios estabelecidos, de empresas de grande porte e de uma suposta inteligência econômica como representantes e componentes da elite política influenciam nas decisões e direcionamentos governamentais. Neste processo não só participam as camadas com poder executivo e ideológico, cuja máxima representação dá-se através dos partidos com suas fundamentações ideológicas simbolicamente voltadas para a administração dos bens públicos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Informação. Subjetividade. Poder.

ESSENCE, POSSIBILITIES, AND PROJECTIONS OF  
POLITICAL COMMUNICATION IN SOCIETY

**ABSTRACT:** This article highlights the way the phenomena of miscegenation of great bankers' corporation, established monopolies, big companies and a supposed economic intelligence

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no VII Simpósio Regional de Ciências da Comunicação INTERCOM Centro-Oeste. UFMS 2006. Grupo de Pesquisa: Comunicação, Turismo, Hospitalidade, Relações Públicas e Comunicação Organizacional, Comunicação e Política.

\* Doutor e Mestre em Comunicação e Cultura pela UFRJ; Mestre em Educação e Graduado em Filologia pelo ISPV (Rússia); Professor e Pesquisador PRODOC no Mestrado em Estudos de Linguagem (MeEL), área de concentração: Estudos Literários e Culturais (UFMT).

as representatives and components of the political elite influence in governments' decisions and directives in our contemporaneousness. It intends to explain that the parts involved in the executive and ideological power, represented by political parties, are not the only ones that participate in the formation of ideological fundamentals, which are symbolically turned to public goods administration.

**KEYWORDS:** Information. Subjectivity. Power.

Uma vez que assumimos a divisão dos interesses sociais a partir da satisfação econômica e da diversidade informativa, processo que vem se afirmando desde meados dos anos 90 do século XX, vemos que outros tipos de relações entre indivíduos e grupos sociais ficam condensados ao redor do poder, dos níveis de participação nas instituições políticas e governamentais e da preservação dos valores espirituais, onde se tomam em consideração o *status* da individualidade, o grau de convergência e divergência a partir de ocupações, tendências políticas, procedência étnica, posição social e muitos outros fatores.

Em outras palavras, as relações sociais institucionalizadas pela participação do homem nas diversas comunidades da contemporaneidade não degradam ou deformam a consciência individual, porém interagem e pressionam o nível e o caráter da sua socialização, conservando para sua sobrevivência o potencial individual do eu dentro dos fatos, deveres, direitos, níveis de conhecimento e da ética, sempre em correspondência com as características das sociedades, num processo de interação estabelecido pelas condições concretas de tempo, espaço, desenvolvimento sociocultural e posturas políticas dos envolvidos nele. Um exemplo de destaque vem à tona por Guareschi e Biz (2005, p. 129) quando analisam a implantação dos Telecentros conectados à Internet, equipados com computadores de software livre para uso dentro do Movimento Sem Terra como elemento de inclusão social.

Ainda durante um longo período pós-guerra Fria, a atividade política transpirava a diversidade e fortaleza das ideologias partidárias que tentavam a colocação de cada Estado

Nação no mais elevado patamar de integração das massas nas esferas político-social e na realização a todos os níveis dos princípios de justiça social, superando qualquer diferença entre o esforço físico e o trabalho intelectual, entre a cidade e o campo, na procura de um aperfeiçoamento das relações nacionais.

Hoje se fala em trans-nacionalização, internacionalização, mundialização, ou seja, no potencial re-agrupamento dos elementos econômicos a partir da produção, passando pela distribuição e consumo dos bens materiais em territórios aparentemente incorporados ao processo de globalização que não perdem seu eixo sociocultural, mantendo incluso o ícone de soberania sustentado pela presença de um governo, hinos, bandeiras, moeda, passaportes e constituição como componentes substanciais do processo comunicativo das ideologias e políticas, sócias ou aliadas em e com todas as suas influências sobre as relações sociais e as regulamentações da vida civil.

Essa reestruturação econômica para muitos acontece sob ótica pós-modernista, ao contrário do pensar de Canclini (1996, p. 59) que vê as estruturas das mercadorias e do consumo como fontes de organização política da sociedade. O autor deixa claro que somente aquela interatividade com caráter de processo social (onde interagem a gestão de pessoas e as relações produtivas) fica regulada pelo canal político e seu alcance social, destacando-se aqui os processos demográficos e potencialidades étnicas, junto com o elemento cidadania quando projetado em campanhas eleitorais ou em decisões de conflito de caráter nacional. Rubim (2000, p. 87) esclarece que “nesta circunstância societária existir fisicamente significa, sem mais, ter existência pública”.

Observamos, então, que nos estados contemporâneos convergem e interagem os poderes administrativos, as hierarquias legislativas e as potências econômicas, ponderando nesta miscigenação, interesses de mercado, potentes o suficiente para quebrar as nomenclaturas partidárias, criando e enchendo, no seu lugar, os aparatos de poder com novas estruturas e instituições de caráter produtivo-mercantil com aparente projeção cidadã.

Nesses níveis nos deparamos com associações, fundações, centros, firmas, seguradoras, ONG's como substitutas do poder e das responsabilidades fundamentais do governo, que uma vez livre

de qualquer cobrança social, participa da promoção e da divulgação de tais órgãos suplentes na assistência social, sustentadores e direcionadores da informação publicada. Destaquemos, então, que os meios de comunicação, comprometidos e engajados na movimentação de capital, visam o controle da tal chamada opinião pública para que uma vez transformada em audiência seja o retorno seguro para seus patrocinadores, no papel de consumidor. Para Rubim

não se valoriza telerealidade, essa dimensão pública midiaticizada, nem positivamente, por alguma capacidade imanente, seja ela libertadora, emancipadora, democratizante, instauradora de potencialidades humanas; nem negativamente, pelo depreciamento de suas possibilidades, pela distribuição de características de controle, repressão, regressão.(RUBIM, 2000, p. 87).

Entra aqui em cena a opinião publicada como debates ou discussões abertas disponíveis para uma extensa faixa de cidadãos e por sua vez como resultado de sondagens, ao tentar verificar quantidades em porcentagens, vindos ou extraídos do repertório de juízos e ponderações públicas a respeito de coisas, personalidades, fatos e questões extraídos do conglomerado de individualidades com capacidade de opinar e de se expressar, pensar e dizer no campo cultural, econômico e político. O resultado destas gestões informativas, denominadas por Wilson Gomes (2001) de indústria da informação pressupõe a conquista do público e sua distribuição por categorias, pois ao mesmo tempo em que o torna acessível como eleitorado para políticos, deixa-o pronto nas mãos das elites econômicas como sustentadores do consumo, tendo como única concorrência as lideranças cidadãs capazes de contestar qualquer política de formação de opinião. Destaca Gomes que:

O campo da política orienta-se pela conquista e exercício do poder de conduzir o Estado e de legislar sobre a coisa pública,

transformando a pretensão de validade particular em comum e vinculante socialmente. (GOMES, 2001, p. 79).

Já no final dos anos 90 do século passado, observamos que o objetivo na atividade política está centrado na manipulação e no desmembramento das classes reivindicadoras, dos grupos sociais com espaço cívico garantido, atingindo inclusive as manifestações lingüísticas, culturais e até de protesto concentradas em regiões de alguma projeção nacional, visando sua incorporação ao debate comunicativo e sua iconografia como produto informativo, ou seja, sua conversão em insumo para editoriais, publicações, roteiros, talk-shows, espetáculos e reality-shows, garantindo-lhes uma visibilidade consumível, sem tomar em consideração o objetivo do espaço obtido por estes novos consumidores impulsionados até a vida pública pela procura de um melhoramento do seu nível, modo e qualidade de vida.

Instituições políticas e estatais encomendam o labor social a terceiros, que rapidamente se manifestam e espalham em sorteios, promoções, títulos de capitalização, programas de projeções folclóricas e crediários ilimitados, visando o fortalecimento do elemento individual para o desmantelamento da uniformidade no volume ideológico dos novos pensamentos coletivos.

Sendo assim, a garantia dos bens necessários, o nível de satisfação das necessidades individuais, a validação ética numa estrutura coerente de valores e orientações sociais, a capacidade de participação na distribuição dos bens que a sociedade considera comunitários para a sobrevivência do eu (encarregados de produzir uma proliferação do potencial criativo e sua conservação para coletividades futuras) adquirem valor de mercado sem regulamentações, submersas nas transformações do espaço social que o público pós-moderno lhes fornece.

Uma vez que as hierarquias partidárias perdem seu valor, acontece uma certa desapareição da verdadeira classe política que vem a ser substituída pelo que muitos na literatura científica denominam de elite, mesmo que esta classificação não exponha o verdadeiro sentido de qualificação do bom, melhor e

superqualificado que etimologicamente carrega o termo supracitado. Então, na hora de fazermos uma avaliação da elite política temos que vir a considerar que nela participam muitos delinqüentes, no mais amplo sentido semântico tomando como referência as leis e a constituição. Esta elite age junto com múltiplas camadas que de fato não dirigem o país, porém posam como detentoras de um poder simbólico e psicológico tais como cientistas, escritores, artistas em todos os níveis de representação pública e social.

Reunamos, então, nessa classe política ou governamental, os representantes das grandes corporações de capital e bancária, os presidentes de corporações internacionais, os diretores de monopólios, as figuras da vida política que já participaram de grandes decisões nacionais e, portanto, são conhecedores dos cursos de mercado e ficam nele inseridos com fortunas e capitalizações milionárias. Ou seja, mais à frente fica evidente o poder econômico dos guias políticos em qualquer território denominado Estado Nação. Em grande escala aparecem associações, fundações, centros, firmas (tanto nacionais como internacionais), incluídas as legais e ilegais conjuntas com capital privado.

Todo este processo vem acompanhado de uma redistribuição de deveres e posições nos aparatos do poder político, já sem as cobranças de premissas ideológicas precisas, no entanto, muito veiculadas num discurso aparentemente comprometido com processos democráticos e em estreito vínculo com o desenvolvimento de mercado, produzindo, assim, imagens e linguagens que projetam o consumo de seu potencial econômico e que disfarça, via comissões e fiscalizações, o vazio espiritual e o buraco social que parlamentos, prefeituras e desgovernos deixam na população, usando diversas máscaras partidárias e movimentos políticos.

A necessidade de o estado participar no planejamento e desenvolvimento econômicos é um axioma que acontece em todos os países com economia de mercado, onde se tenta estabelecer um curso estável dos rendimentos médios, incluindo a produção agrícola, procura-se também garantir a inter-relação entre ciência e produção, formar fundos financeiros e assegurar o crescimento

de circulação mercantil como base para supostas eqüidades sociais. Por um lado, as instituições governamentais fortalecem os mecanismos legais que permitem o retorno dos créditos e o cumprimento dos acordos, defendem todos os direitos de propriedade sem os quais resulta impossível o investimento e o comércio, certa ou erradamente arcam com a construção de estradas, pontes, vias férreas e defendem a indústria nacional com o estabelecimento de impostos, cotas e tarifas.

Mas, em contraposição, as decisões políticas não são o primeiro, nem o mais importante degrau dentro do mecanismo de influências que a política pode vir a ter sobre as economias, pois o Estado nem sempre está preparado para mudar com a velocidade das transformações econômicas dos últimos anos e se declara impotente e até co-participante das trapaças financeiras que os sujeitos do mercado precisam para manter ritmos de crescimento.

Onde mais se observa este fenômeno é na incapacidade do Estado de gerar estabilidade laboral e leis que evitem as catarses políticas polarizadas (todas visando maior controle dos recursos econômicos e comunicativos), criadoras de instabilidade social nas quais a economia ganha terreno, tendo em vista o deslocamento da atenção dos cidadãos para assuntos de primeira necessidade que cabe ao estado garantir e solucionar. Esta influência é rudimentar, visto que políticos não enfrentam os programas ou reformas econômicas propriamente ditas e sim agridem as outras plataformas políticas que criam ou regem tais mudanças. De tal modo que no subsolo dos confrontos das políticas, no mercado se escondem as desavenças entre os diferentes grupos políticos pelo direito de resolver as questões econômicas visando seus próprio interesses.

Tudo isso, agregado à aparição de pseudocanais econômicos com ampla divulgação, amparados nos milionários investimentos de publicidade, propaganda e marketing que produzem tarifários absurdos capazes de desestabilizar a grande massa de co-participantes no mercado representada pelos pequenos empresários, a indústria de médio e pequeno portes e as cooperativas que não participam do controle estatal direto a não ser por declarações de rendas e cobranças de imposto. A tendência destes últimos grupos é desaparecer junto com todos seus

representantes: burguesia, movimentadores do capital de giro imediato, comerciantes, diversas camadas da intelectualidade, pois não conseguem sobreviver como grupos sociais que, uma vez submetidos a uma concorrência desleal com as corporações globais e tecnologicamente abastecidas, não usufruem do suporte e da deferência política que possuem as tais grandes corporações, quase sempre participantes no controle dos meios de comunicação de massa, em contraposição à qualificação legislativa de concessão pública garantida na constituição.

Neste processo, observa-se uma extrapolação do plano geográfico nacional, porém sempre transparece o caráter global do entorno econômico e resulta claro o papel dos meios de comunicação atuantes em níveis local e global, mostrando como todos os fatos políticos influenciam a ordem social tanto para sua estabilização como desestabilização. Devemos dar importância para o fato de que o pluripartidarismo não parece enriquecer o censo político da população, que recebe múltiplas linguagens informativas já transcritas para serem inseridas na psique social das suas comunidades. Com essa mesma intensidade a comunicação, proveniente dos países com hierarquias políticas estabilizadas, enuncia que grupos sociais de diversas procedências conseguem viver pacificamente em prol de um benefício mútuo, numa tentativa de homogeneizar identidades nacionais. Porém Margareth Steinberger enfatiza que

É ingênuo acreditar, no entanto, que nos dias de hoje o mapeamento das representações do mundo obedeça em toda a parte e de forma homogênea e generalizada a parâmetros mais complexos que os de uma geografia natural das necessidades. Na verdade, as sociedades tornaram-se mais complexas, sim, mas por abarcarem múltiplas comunidades. Ainda que convivendo no mesmo espaço, elas adotam como referencial de cultura e comportamento diferentes formas de relacionar valores e necessidades. (STEINBERGER, 2000, p. 183).

Não vemos necessidade de explicitar as divergentes controvérsias quanto à natureza da mensagem ou do significado na comunicação política, assim como sobre a extensão dos fenômenos que pode abranger a informação publicitária que a acompanha, haja vista que todas partem da mesma idéia de suprimir regionalismos, submetendo todos os seus receptores a um único modo de efetivação de idéias.

Todavia, um consenso se faz presente, no sentido de que a mensagem, de certa forma, envolve a capacidade de o veículo comunicativo poder dirigir a atenção e o comportamento do receptor, e às vezes do emissor, para uma série de fenômenos além do próprio canal. É nesse sentido que signos e símbolos, segundo a visão de Coelho Netto em *Semiótica, Informática e Comunicação* (2001), participam da comunicação, muito embora se perca de vista esta dimensão iconográfica, dando primazia aos aspectos técnicos dos meios de comunicação. Estes últimos são também participantes do processo de divulgação, porém não desvalorizam o fato de que o desenvolvimento dos meios é, em sentido geral, uma re-elaboração do caráter simbólico da vida social, manifesta nos controles, na produção de marcas, lideranças e fetiches.

A maior constatação deste fato está na aparente maleabilidade dos meios de comunicação quando se denominam (e são considerados pela sociedade) mediadores neutros da comunicação, sendo que muitos não conseguem enxergar o subtexto subliminar que cada informação passa, uma vez que os produtores utilizam diversos recursos que lhes são disponíveis para aumentar sua influência nos modos de agir da coletividade.

A tecnologia comunicativa consegue se manifestar como um poder genérico resultando num fenômeno social penetrante, característico de diferentes tipos de ação e de encontro, exercido em diversos contextos e que, na atualidade, tem de ser visto bem vinculado com a ética. Esta filosofia dos valores humanos nada tem a ver com o Estado, pois nele deve-se discutir sabedoria, saúde, meios materiais, respeito e valor pelos e dos seus semelhantes. O paradoxo se dá no ponto em que os meios de comunicação impõem *modus vivendis*, consumo, idolatrias e estereotipizam comportamentos.

A mídia tenta ser a conciliadora entre os grupos sociais, procurando acrescentar os princípios para a manutenção da estrutura dentro dos grupos, porém, existe o jogo falho da moralidade, implícita em muitos dos quadros da informação. Este fato não resiste à rapidez e à temporalidade das mudanças, se tomarmos em consideração os elementos políticos, econômicos, culturais e intelectuais dos participantes no processo.

O direito moral e legal, que assiste aos que pensam, de proclamar suas opiniões deve, em qualquer caso, permanecer intacto; esse direito representa o núcleo de individualismo no fundo de toda a vida social livre. Mas o elemento de obrigação envolvido no direito requer nova e minuciosa indagação. E o serviço das notícias, distinto da expressão de opiniões, adquire maior importância. Tamanha é a necessidade do consumidor de receber alimento mental adequado e não contaminado que ele se acha no dever de consegui-lo; e, mercê desse dever, seu interesse adquire as proporções de um direito. É legítimo falar-se no direito dos homens às notícias que eles podem utilizar.  
[...]

Sem se imiscuir nas atividades da imprensa, o governo pode agir no sentido de melhorar as condições em que elas se verificam de modo que o interesse público seja mais bem servido – tornando a distribuição mais universal e uniforme, afastando obstáculos ao livre fluxo de idéias, reduzindo a confusão e promovendo a realidade do debate público. (LIPMANN, 1996, p. 210-212)

Por outro lado, é inerente às massas, vistas como grupos sociais, o poder de contestação às ideologias, espécies de prisões abstratas que as chamadas grandes personalidades (representantes da elite) exercem sobre os sujeitos. O concreto, que aparentemente o indivíduo recebe na mensagem, precisa ser decodificado para se tornar imediato, consciente ou conhecido.

A constatação de migrações, grupos protestantes, inúmeras religiões, grupos de preferências ou modos de vida significam a impossibilidade de substituir o ciclo vital dos indivíduos pela imposição do fanatismo igualitário. O abstrato fica no nível da estrutura do grupo social, já o concreto manifesta-se no sustento de hierarquias, etnarquias e outras supostas forças unificadoras que partem da vontade do indivíduo e chega como retorno até o poder das instituições.

O fenômeno do poder em qualquer manifestação, uma vez organizado, reflete aquilo que o indivíduo nele atuante transmite, defende e permite: ser moral com atitude ética. Todos somos vítimas, temos que nos defender, resulta ser a premissa divulgada e a ética some das ideologias, dando passo à procura da permissividade.

A ética é uma luta obstinada e sem tréguas contra as abstrações na conduta humana. Por isso, em suas atitudes, os homens contestam, de fato se não de direito, toda ação ou reação encarcerada dentro de ideologias de esquerda, de centro ou de direita. (CARNEIRO LEÃO, 1995, p. 17)

Assim sendo, vemos que o poder procura reestruturações com a presunção de dominar o ser, a realidade. Dentre os múltiplos modos de dominar o pensamento, vence sempre a razão, que prescreve normas, estigmas, paradigmas. Verificamos que a corrida da propaganda atrás da padronização, a vitalidade dos movimentos ou intentos de reestruturações sociais sobrevive até às vésperas do seu triunfo, pois a partir da chegada ao poder se convertem em massificações e a liberdade coletiva fica presa nas frustrações individuais.

Analiticamente, John B. Thompson em *Ideologia e Cultura Moderna* (2001), distingue quatro tipos de poder: econômico, político, coercitivo e simbólico. Neles se refletem as atividades e recursos que o ser humano usa para seu crescimento social, a estruturação do *status* e o exercício da imposição das mais diversas ideologias, e nos permite observar que, na realidade, estas

diferentes formas, no exercício de controle, se sobrepõem de maneira complexa e variada.

Fala-se de controle, e não em poder, porque atualmente o poder consegue se manifestar nas sutilezas do cotidiano e no enfoque subliminar transmitido nas mensagens, resultando cada vez mais difícil fazer a separação entre o que se espera do indivíduo socialmente e o verdadeiro apelo emocional que deve despertar na intersubjetividade com as artimanhas do controle social<sup>2</sup>.

O poder fica encoberto pelas palavras, imagens, ícones ou signos, como destaca Coelho Netto (2001), e de certo modo, não é totalmente percebido pelo receptor. Nesse sentido, fazemos um parêntesis perante a propaganda, já que como forma de manifestação do controle econômico, se vale dos mesmos subterfúgios, pois deixa margem para aceitação ou rejeição da mensagem.

A existência dos dispositivos corretivos de controle social manifesta-se nas restrições, força física, sanções e penas de morte e sempre estão associadas às formas externas do controle social, onde primam os acordos para sua manutenção. Assim, a família, o Estado, as instituições religiosas, os tribunais, sindicatos e a própria justiça exigem dos membros nos grupos sociais a submissão.

Fato bem distante da manifestação natural dos usos e costumes como formas conscientes de expressão individual, em concordância com os princípios da normalidade psíquica e social (criar os filhos, relação com os ancestrais e defuntos, maneira de se vestir) inutilizando de vez o valor das sanções.

As diversas formas de controle, revisadas por muitos pesquisadores e qualificadas como pertencentes aos denominados campos de interação, permitem a existência da diversidade de interesses, inclinações e oportunidades ao se tornarem parte de um conjunto relativamente estável de regras, recursos e relações sociais com o propósito de alcançar alguns objetivos globais. Vale

---

<sup>2</sup> Conjunto de meios preventivos e corretivos adotados por um grupo social para manter os usos, costumes, tradições e as ideologias advindas do poder público (que expressam autoridade) e seu relacionamento com a sociedade.

destacar a consideração de Bourdieu sobre um campo de integração que pode ser conceituado como

[...] um espaço de posições é diacronicamente, como um conjunto de trajetórias. Indivíduos particulares estão situados em determinadas posições dentro de um espaço social e seguem, no curso de duas vidas, determinadas trajetórias. Essas posições e trajetórias são determinadas, em certa medida, pelo volume e distribuição de variados tipos de recursos ou capital. (BOURDIEU, 1989, p. 195)

Sendo assim, coerção e controles manifestos na centralização das gestões sociais, leia-se burocratização, expressam uma série de anexos institucionais, tanto de fundamentação civil quanto econômico-social, para o sustento de relações diplomáticas ou de aparente independência entre os Estados-Nações.

O Estado pode recorrer a várias formas de coerção para garantir as múltiplas formas de poder político, manifestamente sustentado pela concentração que a força produtiva traz consigo.

Sinalizar que a OTAN, o FMI, com todos os seus derivados regionais (CE, ALCA, Livre Comércio do Atlântico Norte), a ONU, UNESCO e demais ONGs de caráter internacional são extensões do poder político das potências industrializadas do denominado Primeiro Mundo é como rebater ao fato de que a documentação (registro) de todas as informações provenientes e relacionadas com todas essas instituições controla grande parte do fluxo civil em nível mundial, manipulando políticas locais.

Os atores políticos e sociais se vinculam além fronteiras, criando um espetáculo onde imagem, discussão, discurso entram como elementos racionais dos espaços públicos. Esse controle, como se observa pelas características dos elementos que o conformam, cria novas formas de participação do cidadão, colocando-o na função de consumidor (e convertido em público), encontrando, desta forma, a oportunidade de sair das fronteiras do seu cotidiano social para conferir o universo supostamente diferente.

O Estado pode recorrer a várias formas de coerção para garantir as múltiplas formas de poder político, manifestamente sustentado pela concentração da força produtiva e sua projeção via meios de comunicação, adquire um espaço certo ou se justapõe com o controle simbólico para a manutenção da ordem interna, dando ao poder político certa capacidade para mediar entre a comunidade e suas possibilidades de consumo.

O sujeito questiona a heterogeneidade dos grupos sociais, indaga até que ponto é efetivo o papel da política dentro da distribuição econômica. A sociedade contemporânea assume a incerteza e o risco de enfrentar a coerção que a economia oferece ao controle político.

Os cargos de poder indicam autoridade representada por símbolos, títulos, uniformes, porém, seu maior destaque se manifesta na autoridade pessoal, dada pelas qualidades do indivíduo, surgem assim líderes e ídolos.

### **A modo de conclusão: sobre o sincretismo comunicativo nos grupos sociais.**

O contínuo processo de comunicação entre os indivíduos e a constante troca de informação social fazem do controle simbólico um elemento inerente e imprescindível na vida social, resultando este controle ser a via provocadora de reações, respostas, sugerindo caminhos e decisões, induzindo ao crer ou ao ceticismo, abrindo portas para negócios e negociações.

Mas se os símbolos sociais exprimem, em primeiro lugar, o conjunto dos níveis que não são passíveis de decomposição, estão ao mesmo tempo muito especialmente ligados às produções mentais, às idéias e valores coletivos, dos quais não fornecem, outrossim, senão uma expressão inadequada. Devem tomar em consideração ao mesmo tempo as atitudes coletivas dos indivíduos para os quais foram criados, indivíduos receptores ou 'intérpretes', e as dos indivíduos que os formulam, indivíduos

'emissores' ou 'que promulgam'. Os símbolos impelem tanto uns como outros destes indivíduos à participação direta dos conteúdos simbolizados. (CARDOSO e IANNI, 1980, p. 194)

É nesse tipo de controle que se questiona com clareza a existência de público<sup>3</sup> e cidadania. Eis que aqui se reúnem as capacidades da comunicação de massa como fontes de integração e desconexão das individualidades, quando se trata da elaboração simbólica do multi-culturalismo: a arte, a música, a criação cultural ficam sujeitas a todas as implicações dos processos sociais com seus intercâmbios de subjetividades, tendo como ponto de partida a dependência do patrocínio.

As necessidades locais dos sujeitos e suas comunidades são condizentes com as autonomias dos grupos sociais e suas etnias, por conseqüência, entram em conflito com o processo de globalização que não consegue equiparar as expressões sociais e também não estipula nas suas estruturas melhorias para a participação pública no processo de informação. Ressalva válida para a incipiente demanda dos meios virtuais e digitais de comunicação.

A globalização acentua a incapacidade dos estados dentro dos seus circuitos geográficos, pois as privatizações não trazem melhorias de qualquer serviço que antes mantivera no seu poder, por isso, o cidadão, como já afirmamos alhures, adquire nova forma de participação, ao se converter em consumidor, perde um escalão no seu *status* civil, vira público e fica à mercê das transmutações que sua tradição começa a enfrentar na concorrência.

Tudo fica subordinado à rentabilidade comercial: interesses sociais, estilos de vida, projeção social, estabilidade psicológica por causa da vigente dispersão comunicacional, e o poder não fica mais confinado ao seu papel genericamente político,

---

<sup>3</sup> Magnitude dos sentimentos e reações não privatizados, não individualizados, é o conjunto de valores expressos por um grande número de pessoas, aonde convergem sentimentos e informações que provocam atitudes e comportamentos resumidos na essência da opinião pública.

onde os indivíduos agem em nome do Estado, uma das formas especializadas do poder.

A recolocação das grandes empresas pode significar uma melhoria no aspecto social, se analisado como macro ambiente, o que não quer dizer que o locatário da força de trabalho, no contexto destino, encontre as mesmas condições de crescimento pessoal que a transnacional oferece para os funcionários no território de origem, motivo pelo qual ele passa a conviver com a pressão ideológica de crescimento profissional, de produzir conforme o padrão internacional da empresa matriz, com o temor de perder espaço dentro da competitividade que o mercado impõe localmente.

Tudo isto tem uma veiculação via meios de comunicação, o reforço do controle não sugere outras alternativas que não sejam a da conformidade (acatar a posição da necessidade, sob a constante ameaça de dispensa) ou a de procurar um espaço onde a energia pessoal fique preservada com o próprio equilíbrio psíquico. Poucos optam por esta segunda opção.

Nas sociedades modernas, as instituições de poder econômico tornaram-se criadoras, patrocinadoras e aliadas, quando não proprietárias, dos meios de comunicação e seus elementos tecnológicos, com uma grande capacidade para submeter os indicadores culturais e a consciência coletiva às preferências pelo consumo, asfixiando, inclusive concorrências políticas, e elementos da tradição.

Justiça seja feita à capacidade que têm de fazer interagir o conhecimento, mesmo que levemente, quando membros de várias sociedades se reúnem para discutir planos profissionais e acontece, em nível consciente ou não, uma aproximação de culturas, que fica além do *status* já inserido no relacionamento pré-condicionado por divergências ideológicas.

### **Bibliografia**

BELTRAN, L. R e CARDONA FOX, E. **Comunicação Dominada**. Rio de Janeiro: Paz e Terra AS, 1982.

- BERGER, Peter L. e LUCKMAN, Thomas. **A construção da realidade social**. Petrópolis: Vozes. 2003.
- BOAS, Sergio Vilas. **O texto em revistas**. São Paulo: Hummus, 1996.
- BORDIEU, P. **O poder simbólico**. Lisboa: Difel; Brasil: Bertrand, 1989.
- BRONCKART, Jean-Paul. **Atividade de Linguagens, textos e discursos, por um interacionismo sócio discursivo**. São Paulo: EDUC-PUC, 1997.
- CANCLINI, Nestor G. **Consumidores e cidadãos – conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: EdUFRJ, 1996.
- CARDOSO F. H. IANNI, Octávio. **Homem e sociedade**. Rio de Janeiro: Companhia Nacional, 1980.
- CARNEIRO LEÃO, Emmanuel. Ética e Comunicação. In: KOSOVSKI, Êster. **Ética e Comunicação**. Petrópolis: Mauad, 1995.
- CASSIRER, Ernst. **A Filosofia das formas simbólicas (a linguagem)**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade. (sociologia)**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- COELHO NETTO, J. Teixeira. **Semiótica, Informática, Comunicação**. São Paulo: Perspectiva, 2001.
- DOWBOR, Ladislau et al. **Desafios da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2001.
- FELJÓ, Ricardo. **Metodologia e filosofia da Ciência (aplicada à teoria social e estudos de caso)**. São Paulo: Atlas, 2003.
- GOLDENBERG, Miriam. **A arte de pesquisar**. São Paulo: Record, 2003.
- GOMES, Wilson. **Opinião Pública Hoje – uma investigação preliminar**. Compós, v. 1. Porto Alegre: 2001. p. 61-82.
- GUARESCHI, Pedrinho A., e BIZ, Osvaldo. **Mídia, Educação e Cidadania**. Petrópolis: Vozes, 2005.
- JEAN, A. **Sociedade e consumo** Rio de Janeiro: Elfos Editora, 1995.
- JODELET, Denise. **Loucuras e representações sociais**. Petrópolis: Vozes, 2005.
- KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. São Carlos: EdUsc/Verbum, 2001.

- LIMA, Luis Costa. (org). **Teoria da Cultura de Massas**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- LIPMANN, Walter. Estereótipos. In: STEINBERG, Charles (Org.) **Meios de Comunicação de Massa**. São Paulo: Cultrix, 1966.
- MAFFESSOLI, Michel. **Tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Rio de Janeiro: LTC, 2000.
- MARSHALL, Leandro. **O jornalismo na era da publicidade**. São Paulo: Summus Editorial, 2003.
- NETO, Antonio F. Práticas mediáticas e espaço público. **Compós**, Vol. 1, Famecus , Brasília, 2000.
- PEGORARO, Olinto A. **Ética e justiça**. Petrópolis: Vozes, 2003.
- PIGNATARI, Décio. **Informação Linguagem Comunicação**. São Paulo: Cultrix, 1975.
- RUBIM, Antonio A. Produção e Recepção dos Sentidos midiáticos. In: DOWBOR, Ladislau et al (orgs.) **Desafios da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 1998.
- SKLAIR, Leslie. **Sociologia do Sistema Global**. Petrópolis: Vozes, 1995.
- STEINBERGER Margareth Born. A ética do jornalismo latino-americano na geopolítica da pós-modernidade. In: DOWBOR, Ladislau et al (orgs.) **Desafios da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 1998.
- THOMPSON, Jonh B. **Ideologia e Cultura moderna**. Petrópolis: Vozes, 2001.