

SUJEITO, RECEPÇÃO E ÉTICA DA COMUNICAÇÃO

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Diante do complexo objeto proposto à nossa análise nesta mesa - na verdade o relacionamento entre diversos objetos, comunicação, ética, su- ¹jeito e recepção - não há como esconder um certo temor quanto às dificuldades de um caminho necessariamente abstrato, a ser percorrido, principalmente para alguém que, embora ressaltando sempre o papel crucial da teoria, está defrontado cotidianamente com questões políticas sobre este objeto.

Precisamos da teoria, sobretudo da filosofia, como necessitamos de pão e água, como necessitamos de política. É a necessidade de alimentar a luta política como o fundamento e a orientação da consciência que nos anima a arriscar algumas considerações sobre o tema proposto, procurando trazer aqui as demandas, surgidas no movimento social, por uma militância no campo da teoria que, embora reconheça a autonomia relativa da teoria, apresenta requerimentos contundentes.

Essas considerações procuram, também, trazer ao debate determinados pressupostos que, em alguma medida, estão sendo incorporados programaticamente à luta pela democratização da comunicação no Brasil.

UMA LINHA DE ABORDAGEM

Entendemos que, diante de um objeto, a pergunta "o que é isso?", solicita uma resposta categorial, que indaga sobre a "lógica de ser", sobre a ontologia do do objeto. E com este entendimenento, já estamos sugerindo uma resposta que recusa construções fechadas e vocacionadas para o absoluto. (2)

Ao reivindicarmos a prospecção da ontologia do objeto estamos apontando para o homem e para o indivíduo como o elemento ativo, embora não necessariamente consciente desse objeto e estamos inserindo o objeto num mundo humanizado.

Identificar o objeto como resultado ou como elemento assimilável pelo mundo humano significa, no nosso entendimento, recusar tanto o imanentismo, a expressão mais óbvia do dogmatismo, como o pragmatismo vulgar, que se sujeita já no processo de conhecimento. (3)

Confrontar, nessa abordagem, o dogmatismo e o imanentismo, significa reconhecer que, as construções humana exigem definições abertas e recorrentes ao próprio movimento humano sobre o mundo.

O próprio conhecimento é despiído da condição de verdade para revelar sua natureza de potência, pelo fato de que o homem, para usar a expressão de Adelmo Genro Filho, é esse animal que constrói sua própria essência e só a ela está sujeito. O homem constrói tanto as determinações que o constroem como a possibilidade da liberdade.

E se a verdade é, assim, tida como potência, como algo recorrente ao movimento do homem, não há como aceitar a esterilidade imposta pelo dogmatismo e a miséria assumida entronizada - e até festejada - pelo

pragmatismo.

Talvez não exista campo de conhecimento, como o que se estabelece sobre as questões da comunicação, onde essa abordagem seja tão verdadeira. Este campo, como todos os demais, ilustra a grandeza, a provisoriedade e a precariedade do processo da práxis humana. Mas há, na área da comunicação, uma invulgar decorrência de degradação e perda, cuja incompreensão do objeto e da sua lógica de ser, resulta em uma multiplicação e agudização da miséria humana. É através da comunicação que os indivíduos se encontram intersubjetivamente para se perder em escala de milhões.

Mas isto não é uma necessidade. É uma determinação a ser superada. Iniciemos uma busca do "como", examinando a questão do Sujeito.

A QUESTÃO DO SUJEITO

A própria linguagem de uso comum refere uma noção de sujeito como "aquele que pratica a ação". A liberdade de "praticar a ação", obviamente, impõe ordem diferente da estabelecida pelo imanentismo que insere o homem, no fundamental, no mundo de uma realidade onde existe uma natureza humana que "está dada" e que reduz o homem a uma categoria presumida como ser.

Para não insistirmos nas abordagens nitidamente conservadoras e que se propõe, explícita ou tacitamente, a limitar o homem, referimos a uma das categorias centrais do pensamento marxismo que teve a grandeza de pensar a libertação do homem. A idéia de proletariado como sujeito da história é, sem dúvida, uma das jóias do pensamento dogmática que apresenta o proletariado como um verdadeiro sujeito pré-figurado da história que deve ser despertado pelo partido e outros meios e sequer sabe

que é o sujeito.

Os impasses vividos pelo pensamento marxista favoreceram, por outro lado, uma espécie de pragmatismo pedante que, como uma roupagem de anti-dogmatismo, reduz a concepção de sujeito à idéia de "mero ator" e pode até ser capaz de flagrar o movimento humano na sua forma, mas não na sua essência. (C)

Entendemos que a condição de sujeito deve presumir mais do que respostas a demandas particulares, fragmentadas que refletindo mais intenções do que o exercício de vontades, mantém o homem enredado no reino das determinações. Entendemos que sujeito supõe vontade, projeto, capacidade de equacionar determinações e necessidades, significa proceder teoricamente, construir a consciência e elevar-se programaticamente.

Numa época em que é moda bater no marxismo - cometendo-se o equívoco de pensar que se bate num cachorro morto e ignorando o potencial de revelação do mundo e das possibilidades humanas realizado pelo marxismo - não se pode deixar de ressaltar a banalização da figura do sujeito apresentada pelo pragmatismo, que se apresenta como alternativa "teórica" mas que traduz a necessidade de manipulação. (C)

Esse é o caso do "pensamento" ativo que pode ser percebido, cotidianamente, na programação de qualquer televisão do Brasil em que se atribui ao "telespectador" um estatuto que ele não tem, elevando todos a uma suposta condição de sujeito, para continuar negando uma verdadeira condição de sujeito.

As políticas públicas sobre televisão no Brasil e em muitos países, estão alicerçadas na concepção teórica de que a liberdade é exercida (C)

através do botão seletor de canais e da tecla de liga e desliga. Acredite, se quiser, mas esse tipo de "concepção" não surge apenas como um argumento desbotado no discurso de pouco lustro de algum empresária. Essa concepção é o fundamento de disposições legais e de políticas públicas que longe de serem contestadas, são legitimadas por um posicionamento ativo ou passivo da sociedade civil.

Sinto manchar um debate teórico com referência tão prosaicas e mundanas. Mas esse é campo de luta que reclama o debate e o concurso da teoria. O que temos, só não vê quem não quer, é uma sociedade desarmada de teoria e afogada em estereótipos e preconceitos, produzida pelo próprio objeto em disputa, e que não terá saída a não com o suporte da teoria.

Esse é o problema: necessitamos pensar sujeito como vontade que se constrói, que se exercita, que se autonomiza e que se capacita protagonizar o trânsito das essências que, nos lembra Adelmo Genro Filho, é o outro nome da política.

Não há como tergiversar, sob pena de nos perdermos ou nos acumpliciar-mos com a manipulação, para que os indivíduos se transformem em sujeitos, é necessário que adquiram autonomia intelectual, e para que os cidadãos se elevem à condição de sujeitos, é preciso que alcancem condição de maioria política.

A autonomia intelectual é a condição de superação da subservência a dogmas, a um verdadeiro "caudilhismo intelectual" que prospera em nosso meio. Esse "caudilhismo" se revela, em escala de massas, por exemplo, com a transformação de artistas cuja expressão maior resulta da familiaridade que desperta nos telespectadores, em "intelectuais" capazes de produzir idéias que galvanizam milhões, tal como os benefícios do

uso de "cristais" em tratamentos de saúde, a apologia dos "gnomos" e "duendes" ou técnicas para "elevar o astral". Mas não é só no mundo prosaico da indústria cultural que esse caudilhismo prospera. Nos meios acadêmicos também temos nossos "artistas" que evocam em segmentos especializados a "volúpia da adoração" e substituem a crítica pela "tieta-gem". Adquirir autonomia é, antes de ser uma postura intelectual, estabelecer uma atitude diante do mundo.

Alcançar autonomia intelectual é o ponto de partida para, como cidadão, alcançar uma estatura de maioria política que, em nosso entendimento, é a capacidade de - na sua instituição, na sua empresa, no seu partido, no seu país - pensar na condição de quem estaria dirigindo e tomando as decisões. Alcançar maioria política significa ser capaz de formular projetos, assumir a responsabilidade adulta de ir além das reações emocionais e superar as adversidades e, acima de tudo, responsabilizar-se, na justa medida, pelos próprios problemas.

Essa abordagem merece uma ressalva, Colocado dessa forma, com um sentido até certo ponto cru, haverá quem identifique uma certa noção elitizada de sujeito. Entendemos que esse é um grande engano e é a principal ⁽¹⁰⁾obstáculo para tirar o homem o "chiqueiro" e da repisada "lama" dos preconceitos.

Entendemos que qualquer ser humano pode ter autonomia intelectual e adquirir maioria política. A primeira condição para isso, é superar a internalização da inferioridade. A segunda, e esse é um problema mais político do que teórico, é a socialização dos meios que dêem substrato a essa disposição.

Despertar a autonomia intelectual dos indivíduos e impulsioná-los para

o alcance da maioria política é, se não ficou bem claro, uma questão política.

Isto pode parecer a alguns abstrato. Mas na luta pela democratização da comunicação hoje empreendida no Brasil, é algo bem vivo. É esse que fundamenta o esforço para superação do corporativismo e do oposicionismo, das concepções finalistas e das soluções mágicas e superficiais. Enfim, é essa abordagem que fundamenta a compreensão de que a luta pela democratização da comunicação é uma tarefa permanente e não um esforço com um final previsível.

A situação de "minoridade política", portanto, não é só um expediente usado pelos poderosos num processo de dominação. Na verdade, esta minoridade é também uma atitude dos dominados que, mesmo quando se rebelam, continuam marcando sua conduta.

É esse tipo de internalização da inferioridade que explica a existência, no âmbito do movimento de luta pela democratização da comunicação, de incompreensões e mesmo de resistências à criação e ao papel que atribuímos ao Conselho de Comunicação Social, órgão auxiliar do Congresso Nacional previsto na Constituição.

A criação do Conselho, obtida através da aprovação da Lei 8.389 de 30/12/91, correspondeu à criação de um inédito espaço institucional para discutir comunicação no Brasil, reunindo representação de setores profissionais, empresariais e da sociedade civil.

Sentar à mesa com o empresariado, os representantes do poder real na área da comunicação no Brasil, produziu perplexidade e confusão entre muitas figuras do movimento de luta pela democratização. Afinal, é tão

mais fácil ser oposição e nutrir-se de que num futuro- que se realizaria sabe-se quando - algum dia, teríamos, ao invés do nada, o tudo. Isto é, sairíamos da condição de nenhum poder, para a condição de dominantes, os responsáveis exclusivos pelas respostas à organização das coisas públicas. (12)

Não é fácil sair da condição de "telespectador oposicionista" para uma corresponsabilização, em alguma medida, pela formulação de políticas públicas, assumindo responsabilidades por bons e maus resultados, isto é, sabendo administrar as conseqüências dos desequilíbrios de poder e também dos próprios equívocos. É desconfortável, partilhar responsabilidade concretas, por menor que estas sejam, pela direção das coisas públicas.

Aliás, cabe ressaltar que esse tipo de desvio oposicionista também está presente até mesmo nos partidos políticos, onde as soluções tendem a se dar menos por um assumir de responsabilidades históricas e mais por fisiologismo, pragmatismo, acomodação de interesses.

Na verdade, a maioria das lideranças políticas não querem se comprometer com a apresentação de projetos, sobretudo quando as soluções são traumáticas, envolvem desgastes e exigem árduas disputas de convencimento. O que todos querem é encarnar atitudes heróicas e, como se diz popularmente, só "ir nas boas".

"Minoridade política" é uma expressão dramática de uma cultura muito presente no movimento sindical, uma espécie de "mentalidade adolescente", de "cidadania Classe B" que degrada a atitude de muitos que se dispõe à rebeldia, mas que não se dispõe a assumir todos os ônus de uma real condição de disputa de poder. O confortável "tudo ou nada" não

deixa de ser uma atitude de fuga diante do real.

A QUESTÃO DA RECEPCÃO

Passemos então a algumas observações sobre o problema, tal como propõe nosso temário, da recepção.

Todas as relações entre os homens, obviamente, são intersubjetivas. Mas nem todas essas relações são entre sujeitos. Aliás, a maior parte dos indivíduos não é de sujeitos. A maior parte dos indivíduos é "coisa", reduzido à injunções, às determinações, à espontaneidade das relações humanas não arbitradas pela consciência, principalmente movidos pela "lógica da mercadoria" que é expressão maior da "lógica das coisas".

Alguns se reduzem à condição de "coisas" por opção. A maioria, por se quer se perceber no mundo e não perceber como, neste mundo, se estruturaram as esferas e relações de poder.

A hipótese que podemos levantar é que na relação com o receptor que se determina a qualidade do processo da comunicação, isto é, se é uma comunicação que se estabelece entre sujeitos, ou entre sujeitos e objetos.

As características técnicas do processo da comunicação, como por exemplo o estabelecido pela televisão, tendem a sugerir uma inevitabilidade da redução dos telespectadores à condição de objeto. Na verdade, a verticalidade técnica do processo não é um condicionante absoluto. é um óbice, mas não uma determinação inescapável.

Na verdade, voltamos a repetir, a condição de sujeito ou objeto é uma

atitude que se constitui politicamente. É uma atitude que existe, ou não, no pólo emissor, tanto quanto no pólo receptor. A condição de sujeito, no pólo receptor, começa a existir a partir de uma atitude no pólo emissor. Isto é, uma atitude de respeito às opiniões e à própria existência do outro. Isto significa que a compreensão do processo da comunicação tem que transcender sua dimensão técnica. A atitude do pólo emissor, que possibilita a condição de sujeito, aos que estão no pólo receptor, não se estabelece no momento técnico da comunicação, ela tem que ser "cobrada" ou mesmo "imposta" num processo de disputa política que tem se dar à parte das determinações técnicas, como condição, inclusive, de superação dessas determinações. (16)

Evidentemente, essa ruptura política que, insistimos, se insurge contra determinações técnicas, tem que se dar com uma ruptura da condição passiva do "telespectador/consumidor". Enquanto o "telespectador" não se transformar num cidadão, diante da televisão, não haverá democracia, na área da comunicação. (17)

Um telespectador se transforma num cidadão na medida em que dispõe de mediações institucionais para se relacionar com os operadores da televisão além daquela que ele estabelece através dos botões de liga e desliga e do seletor de canais. Isto é, quando adquire condição de maioria política e engendra mediações que o tornam sujeito de um processo, em alguma medida, de participação da direção do processo de comunicação estabelecido pela televisão.

Por outro lado, um telespectador se eleva à condição de cidadão quando adquire autonomia intelectual, capacitação crítica para compreender os fenômenos estéticos propiciados pela televisão, superando a aproximação com os "produtos" apresentados pela televisão através de um mero senti-

mento de irrefletida empatia ou identificação. O sujeito também se contrói na medida em que o telespectador passa a identificar os artifício da linguagem, a lógica de ser da televisão e altera e estabelece uma relação com a televisão diferente da relação que o homem primitivo tinha diante de um totem. (13)

Criar sujeitos no pólo da recepção, colocar o telespectador na lata do lixo, em troca do cidadão, é um projeto política da luta pela democratização da comunicação. É uma questão teórica absolutamente atual na luta política.

[Episódio do diretor da Abert...]

Concluimos esse tópico ressaltando que não há determinação técnica - como ocorre no caso da televisão - que nos transforme, necessariamente, em coisas no processo da comunicação de massa. Não é a rebelião contra os meios, criados pelo próprio homem, que solucionará a necessidade que temos de humanização das relações que esses meios propiciam. A atual relação entre sujeitos e objetos, não "tem" que ser assim.

Aliás, cabe aqui uma ressalva desmistificando a insurgência contra a condição de "coisa". Todos nós, cotidianamente, em algum momento, nos "coisificamos", somos sujeitos a forças externas, capitulamos, ou nos sujeitamos a determinações e isso é inerente à complexa realidade contemporânea, onde a hipertrofia dos meios é a tônica, assim como é inevitável o alcance dos meios sempre superar as finalidades particulares para as quais foram concebidos.

O problema não é ser "coisa" em alguma medida e em algum momento. O problema é ser sempre uma coisa, nunca exercer a condição de sujeito. O

problema é não buscar erigir-se como sujeito, seja por falta de consciência, seja por falta de vontade. A miséria humana vem da incapacidade de escapar das determinações ou construir uma vontade distinta das determinações.

(13)

A QUESTÃO DA ÉTICA

O problema da construção de vontades é, no essencial, o problema do engendramento de condutas. É o momento, ao falarmos de condutas, apontarmos o significado que atribuímos para a ética, em nossa breve análise do tema proposto pelo evento.

Como seres humanos, todos somos movidos por interesses. Isso não significa que tenhamos que nos reduzir a interesses mesquinhos e imediatistas e que tenhamos que responder, exclusivamente às nossas necessidades particulares.

Os pragmáticos e utilitaristas, são os que dispõem da resposta mais fácil para essa questão: definem o que é bom ou mau, a partir do que lhes interessa.

Os dogmáticos, com suas premissas finalistas e o imanentismo que atribuem ao fenômeno humano, revestem-se, pretensamente de maior nobreza, em alguma medida atribuem-se uma causa, um vetor para a história e para suas vidas e, assim, imbuem-se de um sentido ético e moral supostamente imutável.

As duas óticas são deformantes. Para pensar a ética, referenciamos a necessidade do reconhecimento da autonomia relativa do particular e para pensar a moral, referenciamos a necessidade do estabelecimento de

uma contratualidade.

Em síntese, aos dogmáticos negamos a validade das suas premissas imanentistas que enquadram o homem em valores supostamente universais, que mais se assemelham a regras monásticas, mais aplicáveis a santos do que a homem e que, por isso, acabam não sendo respeitadas, isto é, não se realizam na materialidade da vida.

Aos pragmáticos utilitaristas, rejeitamos as atitudes que determinam que cada um pode fazer o que bem quiser e a defesa de que a ética e a moral são absolutamente flexíveis.

Em oposição a essas duas perspectivas, que entendemos dominantes na contemporaneidade, defendemos a necessidade do reconhecimento da intersubjetividade, respeitando o outro, sob a forma de conduta que reconheça a existência do outro como sujeito. É isso que entendemos constituir o respeito à autonomia relativa do particular. (u)

É através do reconhecimento das diferenças, das demandas e dos projetos dos outros e que - ressaltamos enfaticamente - não podem ser julgados, a priori, como piores ou melhores, do que os nossos, que estabelecemos nossas particularidades diante das particularidades dos outros.

Enfim, trata-se de uma atitude que traduz a abertura ontológica do ser. É uma atitude que resulta de uma abordagem pela ética como disciplina da filosofia e não por preceitos normativos. Entendemos que a normatividade diz respeito ao campo da moral.

Queremos deixar claro, nos limites desta discussão, que não é possível estabelecer a priori, a autonomia relativa do particular. Esta deve ser (20)

estabelecida em cada caso. Avaliando-se, desse modo, se tal ou qual situação envolve ou não respeito das particularidades, se tal contratualidade é ou não legítima.

As noções de ética, segundo entendemos, tem que ser genéricas, abrangentes, abstratas, tem que ser filosóficas. Ao passo que a realização da autonomia relativa do particular se dá através da contratualidade, em que as nossas demandas são equacionadas com as demandas dos outros, através de pactos, acordos que, uma vez estabelecidos, passam a ser maior do que as partes e que, por isso, será inevitavelmente recorrente ao cumprimento pelas duas partes.

Desse modo, é no campo da moral que se realiza, ou não, o reconhecimento da autonomia do particular. É no campo da moral que a ética se realiza ou não.

Não é possível determinar aprioristicamente e a-historicamente o que é ético ou não, sob pena de estabelecermos um mero "dever ser". Porque a contratualidade é sempre específica e recorrente. Isto equivale a dizer que o homem é um projeto aberto, o homem, voltando à expressão de Adalmo Genro Filho, é esse animal que constrói sua própria essência e só a ela está sujeito.

A QUESTÃO DA COMUNICAÇÃO

Postas estas premissas, ainda que em linhas muito gerais, estamos em condições de indagar sobre a questão da ética da comunicação.

Aliás, cumpre identificar, coerente com a abordagem até aqui desenvolvida, uma impropriedade na formulação do tema proposto. Entendemos que

inexiste uma ética "da" comunicação. O que nos cabe examinar é a ética "na" comunicação. Salvo se estivermos nos referindo a uma "determinada" ética "da" comunicação. Caso contrário, estaremos estabelecendo uma lógica apriorística à ética nessa área da atividade humana.

Toda atividade humana, inclusive a da comunicação, está permeada por uma determinada ética, que diz respeito à conduta. No Brasil, por exemplo, a ética na comunicação é uma encarnação grotesca do pragmatismo, do utilitarismo, da lógica da mercadoria e da coisificação.

O que se deve discutir é a qualidade dessa ética, indagar se esta reconhece ou não a autonomia relativa do particular.

No caso da ética da comunicação, no Brasil, obviamente não, porque esta é legitimadora de práticas homogeneizadoras, massificantes, autoritárias, autoritárias, quando não grosseiramente manipulatória. Na comunicação de massa, no Brasil, definitivamente, não reconhecimento da autonomia relativa do particular.

Os códigos de ética, tanto os das empresas quanto os dos profissionais até sugerem um reconhecimento formal das diferenças, mas não escondem seu rancor corporativo. Não representam um acordo feito na sociedade e com a sociedade. São disposições de interesse próprios dos segmentos profissionais e empresariais que não dialogam com a sociedade e se prestam, no fundo e na prática, para suprimir as diferenças, enquadrá-las, moldá-las a seus próprios interesses e de acordo com suas próprias concepções de mundo.

A ética dominante na comunicação de massa no Brasil é um verdadeiro reino da amoralidade, fundada no recurso indiscriminado, impulsionado

por meros interesses comerciais, à violência, à pornografia, à morbidez e à degradação humana.

A crítica da qualidade dessa ética, e a instauração de uma nova conduta, na área da comunicação de massa, com o estabelecimento de uma moralidade - não definida aprioristicamente, mas arbitrada pela sociedade - só é possível através de instâncias permanente de contratualização, nas quais a representação da sociedade tem que se manifestar, emitir opiniões, enunciar projetos e expressar vontades.

Estas instâncias de pactuação e repactuação das questões da área da comunicação devem servir para dar conhecimento aos donos e operadores dos meios de comunicação de massa as opiniões da sociedade, dar conta das diversas perspectivas de parte em relação à comunicação, inclusive do seu senso estético. Isso é condição para que a autonomia relativa do particular seja reconhecida.

Essas instâncias também devem servir para que a sociedade avoque a si a capacitação de pensar sobre projetos para a área da comunicação e se prepare para formular alternativas, o que historicamente delegou, tacitamente, através de um cheque em branco, para os operadores privados. Isto é, a sociedade deve adquirir a capacidade de pensar ampla e profundamente as questões da comunicação de massa.

No caso da televisão que, no Brasil, é o veículo mais importante, cultural política e economicamente falando, estas são condições imprescindíveis para que se supere o abastardamento da cidadania representado pela condição de telespectador.

Só assim poderemos discutir o estabelecimento de um papel para os meios

de comunicação de massa na construção da cultura nacional e no atendimento a objetivos nacionais democraticamente estabelecidos. (24)

Não é possível, portanto, determinar aprioristicamente uma moralidade. O uso do nu e de cenas de sexo é moral ou imoral? A resposta que podemos dar é "depende". Depende do valor estético e do conteúdo que se produz através do uso dessas cenas. Independente do conteúdo, deve estar dentro do que foi acordado, inclusive para satisfazer que gosta de cenas de sexo na TV, sem preocupação com conteúdo, ressalvada a exibição em determinados horários e procedimentos de discriminação de recomendação para faixas de idade, e outros que contemplarem um acordo claro, estabelecido pela sociedade. (25)

é para atuar nessa perspectiva - indagativa e capacitadora da sociedade, assim como equacionadora de conflitos e de busca de consenso entre diferentes - que criamos o Conselho de Comunicação Social.

Sabemos que, inclusive, o Conselho para cumprir a contento suas funções necessita de iniciativas da sociedade no sentido do preparo da sua intervenção numa instância dessa natureza, como uma fundação sem fins lucrativos, destinada a efetuar pesquisas e estudos e funcionar como um ombudsman dos meios de comunicação de massa, especialmente da televisão. Destacamos a televisão porque entendemos que a humanidade não só não se apropriou da televisão como está sendo engolfada por este meio.

Mas o Conselho é um primeiro passo para traduzir, concretamente, as respostas sugeridas por essa abordagem teórica que, obviamente, pode e deve ser aprofundada.

Sabemos, entretanto, que os primeiros passos são muito difíceis. Porque

este é o momento de fundar uma nova abordagem e preparar a sociedade para transformar teorias em força ativa. Não é outro o esforço que estamos fazendo na luta pela democratização, criando condições para o estabelecimento de uma ética, enquanto conduta, e de uma moralidade contratualizada, como condição para que se qualifique o processo de recepção e, conseqüentemente, os atuais "consumidores" se transformem em sujeitos, isto é, em verdadeiros cidadãos, diante do processo de comunicação.