**Parecer para a Câmara dos Deputados sobre as questões éticas envolvendo a "utilização de verba indenizatória".**

**Junho/2009**

Sinto-me honrado pela consulta a respeito da valoração ética de prática parlamentar referente a seu deslocamento.

Os quesitos formulados foram:

01. A prática reiterada, de quarenta e nove anos, em que recursos são destinados ao parlamentar para sua representação, leva a um costume avalizado pela ética?

02. Em que medida a generalização do valor moral das práticas referidas não desconsidera a singularidade das intenções de cada um dos que fizeram uso dos recursos relativos à verba indenizatória das passagens? É possível, do ângulo filosófico, efetuar análise coletiva de comportamentos?

03. É pertinente, na filosofia moral, que o valor das práticas seja definido em relações intersubjetivas concretas numa perspectiva contratualista? Nesse caso, uma prática reiterada e nunca questionada como o uso dos recursos em questão não configuraria aquiescência de ambas partes representante e representado (parlamentar e eleitor)?

04. Qual o papel da mídia na divulgação de práticas parlamentares? Podem os meios de comunicação simplificar ou omitir o contexto de uma prática predeterminando, assim, o seu julgamento moral?

**SEGUE O PARECER**

O quesito 01 faz alusão a um contrato entre representantes e representados, entre parlamentares e eleitores. Nesta forma de avaliação moral das condutas, as partes são soberanas para definir as cláusulas de moralidade daquela relação específica. Depois de fracasso, assumido pelo pensamento filosófico, de identificação de critérios absolutos, a definição do moralmente aceitável passa a ser



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

prerrogativa dos contratantes.

Neste caso, a validade do que for definido é circunscrita à relação concreta, intersubjetiva, mantida por aqueles. Desta forma, de acordo com essa concepção contratualista de avaliação moral, nenhuma conduta tem valor imanente, é boa ou má em si mesma. Esse valor dependerá do estatuído ao longo da relação. Mas como se definem as cláusulas desse contrato?

Uma relação se define, desde a clássica definição de Max Weber, como a interação entre comportamento e expectativa de comportamento. Assim, todas as condutas de um agente determinado - observadas por quem ele se relacione - são matéria prima para a construção de expectativas sobre suas ações futuras. Assim, essas ações serão julgadas em função das expectativas geradas pelos seus próprios agentes.

Como a seqüência entre comportamentos e expectativas segue um fluxo - enquanto há relação - as cláusulas do contrato moral que dela decorre estão sempre sujeitas a uma redefinição. As sempre inéditas ações ensejam uma atualização do esperado e do frustrante para o futuro. Essa atualização permite a qualquer dos interlocutores descontinuar a relação, quando considerar que as novas condições são intoleráveis. A continuidade da relação pode ser entendida como um indício de aceitação dessas novas condições.

No caso da relação entre parlamentares e eleitores, esses últimos têm uma oportunidade, a cada quatro anos, para manifestar seu desacordo. Descontinuar, assim, a relação. Mas, para tanto, seria preciso que tivesse do comportamento parlamentar uma expectativa clara. Que conhecesse o trabalho legislativo em sua generalidade, as condições materiais, os objetivos e as regras da atividade parlamentar Mas, sobretudo, que conhecesse o seu deputado ou senador. Que tivesse uma idéia nítida da sua postura como legislador. Que o conhecesse também em sua formação moral, em sua trajetória profissional, em sua história. Condição difícil de ser satisfeita. Mas como atribuir alguma responsabilidade a um parlamentar sem que se saiba quem ele é?

Por isso, no momento de garantir a continuidade da relação com seus representados, parlamentares procuram se discriminar de seus colegas. Oferecer a cada intervenção uma diferença específica. A ética se converte em cartão de visita. Critérios de conduta tornam-se a própria matéria-prima da identidade do agente legislador. Essa necessidade de oferecer para si e para todos com quem nos relacionamos um discurso identitário é própria da



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

vida em sociedade e transcende amplamente as questões de Estado.

Desta forma, estamos sempre nos apresentando. Mais ou menos explicitamente. Exigência dos encontros com o mundo em que vivemos. Um mundo social. No exato instante em que conhecemos alguém, começamos a informar quem somos. Não seria possível de outra forma. O que dizemos de nós faculta a nosso interlocutor uma identificação sem a qual as relações sociais estariam comprometidas. Apresentação tão necessária que se converte em hábito.

De um ponto de vista estritamente filosófico, a questão moderna da identidade pessoal encontra, na arguta percepção de Locke[1], duas dificuldades importantes: a primeira é de saber qual a significação do conceito de pessoa, de poder definir pessoa. A segunda, de indicar as condições ou os critérios de identidade de uma pessoa através do tempo. Essas dificuldades caminham juntas. Nossa reflexão as encontrará amiúde. Destacar essas dificuldades talvez seja pouco em face da complexidade do tema.

Na verdade, a identidade pessoal é uma aporia — beco sem saída filosófico — por excelência. Não causam espécie, portanto, as posturas radicais de filósofos como Hume, para quem a identidade é só uma ficção, como Wittgenstein, que a toma por um absurdo, ou Parfit, que considera a discussão sem importância. Se filosoficamente a identidade pessoal é uma aporia, todos a consideram como condição para as relações intersubjetivas, e para a sociedade, portanto. Assim, tentemos identificar alguns de seus traços.

Toda apresentação de si é um ritual. Obedece a uma seqüência definida e socializada no hábito. Qualquer transgressão é imediatamente sancionada. Os passos que permitem a revelação de si são encadeados com rigor. A aparente espontaneidade das ações nas interações esconde todo o trabalho civilizatório que preside e orquestra qualquer encontro. A situação que emoldura esse encontro pode fornecer os primeiros referenciais. A abordagem permite ao respondente apresentar um esclarecimento sobre práticas de lazer, habituais ou excepcionais.

A resposta oferecida, entre infinitas outras possíveis, começa a permitir a

[1] LOCKE, J. Of identity and diversity. In: *An essay concerning human understanding*.



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

identificação do abordado. A reduzir sua contingência aos olhos de quem indagou. Contingência para quem pergunta. Para quem a resposta poderia ter sido qualquer outra. Determinada pelo afeto da abordagem, a resposta objetiva o interesse pela continuidade do encontro, autorizando-a ou não.

Assim, interlocutores agem para se identificar. Comunicar uma identidade. Segundo saberes práticos incorporados que, quase sempre, dispensam ponderação, obedecem, como em uma orquestra, aos comandos indicados pela batuta de um maestro invisível. Antecipam soluções não calculadas, tendencialmente adequadas a condições objetivas de manifestação, como a idade presumida do interlocutor, sexo, indumentária, local do encontro, etc.

Mas, o que, afinal, apresentamos para esclarecer quem somos? A história que habitualmente contamos a nosso respeito e que, em geral acreditamos ser definidora de nós mesmos, é excludente de todo o resto, de tudo que não supomos ser. No entanto, também é pré-requisito da vida em sociedade. Interagir pressupõe identificar e identificar-se. Condição de inclusão, portanto. Discurso singular imprescindível, para nós e para os outros. Relato habitual que, por definir, discrimina e integra.

**Identidade e singularidade**

Identidade é toda manifestação pela qual um indivíduo se atribui, prioritariamente por intermédio de um relato, um sentimento de continuidade e de relativa coerência[2]. Essa relação da identidade com a linguagem já se encontra na definição hobbeseana de pessoa, presente no Léviathan:

> É uma pessoa, aquele cujas palavras ou as ações são consideradas, seja como lhes pertencendo, seja como representando as palavras ou ações de

[2] Ao objetivar a identidade em um discurso, divergimos de muitos teóricos materialistas para quem a identidade pessoa se confunde com a identidade física. Dentre esses, destacamos D. M. Armstrong, *A materislist theory of the mind*, texto



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

> um outro, ou de alguma outra realidade à qual atribuímos-lhes por uma atribuição verdadeira ou falsa. Quando as consideramos como pertencendo-lhe falamos de uma pessoa natural, quando as consideramos como representando as palavras e ações de um outro, falamos de uma pessoa fictícia ou artificial (HOBBES, Léviathan, p. 162).

A identidade, portanto, é uma manifestação que permite ao seu enunciador circunscrever-se e estabelecer uma diferença específica, com pretensões de permanência, em relação ao que lhe é externo. Objetiva-se em uma estrutura narrativa em que a consciência do eu é uma interpretação da própria trajetória. Encontra no relato,

> entre outros signos e símbolos, uma mediação privilegiada. Esta última se serve da história tanto quanto da ficção, fazendo da história de uma vida uma estória ou, se preferirmos, uma ficção histórica, entrecruzando o estilo historiográfico das biografias com o estilo romanesco das autobiografias imaginárias (RICOEUR, 1990, p. 138).

Dessa forma, divergindo de Locke, para quem identidade pessoal é memória, encontramos nos relatos identitários mais do que isso. Mais do que simples reconstrução narrativa da percepção dos fatos da própria trajetória. À memória do que efetivamente percebemos como vivido vem juntar-se um apenas imaginado. A identidade, portanto, transcende a existência prática, factual.

> Mas as ciências humanas nos ensinaram que esta singularidade era ilusória, que não havia nem substância nem substrato, mas um jogo múltiplo e indefinido de estruturas diversas, físicas, psíquicas, sociais, lingüísticas […] que a alma não poderia ser, em hipótese alguma, o sujeito, ou a causa, ou a soma, mas no máximo o efeito. Ora, se o eu é vários outros, que resta do sujeito? Nada, sem dúvida, a não ser a ilusão de si. Como Narciso, sujeito apenas de seu sonho (COMTE-SPONVILLE, 1988, p. 38).

Essa falta de um substrato exige de nós a repetição exaustiva do relato

que data de 1968, e os mais recentes E. T. Olson, *The human animal, personal identity without psychology*, de 1997 e P.



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

narrativo que nos define, para nós mesmos e para os outros. Relato das ilusões sobre si, sem objeto. Vazio ontológico. O eu nada mais é do que essas qualidades que não são ele, como ponto de fuga para o qual convergem — de maneira ilusória — paralelas anônimas. Por isso, a identidade pessoal representa um desafio para os que se opõem a uma concepção não relativa da identidade[3].

Afinal, ante a transformação — composto impermanente em um oceano de impermanência —, a identidade, para garantir minimamente a ilusão do eu, deve resistir, permanecer — ou, pelo menos, parecer permanecer — para si e para o outro. Algo na identidade deve permitir uma apresentação de si repetida, que se mantenha em face de qualquer nova condição objetiva de existência. Algo que habitualmente oferecemos ao mundo social como definidor de nós mesmos. Satisfação de uma exigência, também habitual, por parte de múltiplos universos: a apresentação de um ou mais traços distintivos.

Esse atributo da permanência, como condição de discussão sobre a identidade, é retomado por Locke na sua clássica definição de pessoa:

> Um ser pensante e inteligente, capaz de razão e de reflexão, e que pode consultar-se a si mesmo como o mesmo, como uma mesma coisa que pensa em tempos diferentes e em diferentes lugares; e o faz unicamente pelo sentimento que tem de suas próprias ações, que é inseparável de seu pensamento, e lhe inteiramente essencial, sendo impossível a qualquer ser de perceber sem perceber que percebe (LOCKE, p. 264).

Esse conceito de pessoa é de um ser que tem um pensamento sobre si, consciência de si mesmo e de seus próprios pensamentos e percepções sobre o mundo. Tudo isso guardando uma identidade graças à sua memória. Essa ilusão do eu parece pressupor uma repetição possível, habitualmente garantidora, a qualquer interlocutor, da existência de alguém, de alguém que se chama X ou Y, que faz alguma coisa, que gosta de fazer alguma coisa, que é especialista nisso ou naquilo, que detesta um determinado ambiente, que se dá bem com certo tipo de pessoa, etc. Por isso, toda crise identitária acaba sendo uma crise de permanência.

---

M. Churchland, *The engine of reason, the seat of the soul*: a philosophical journey into de brain, de 1996.

[3] LONGEART-ROTH, M. *Les deux identités de la personne humaine*, p. 24.



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

A percepção da permanência do eu como ilusória advém de um flagrante. Um flagrante da mudança. Da diferença. Poderíamos acreditar tratar-se de um erro. Mas não há erro. Como explica Espinosa, "erro não é a ignorância pura e simples; é a ignorância da verdade completa que faz que tomemos por completa uma verdade mais ou menos completa"[4]. Ora, um erro de representação, como o suposto erro de auto-identificação, pressuporia a possibilidade de uma representação verdadeira. Coincidente com o representado. Pressuporia a correspondência possível entre uma representação e um representado que não pára de se transformar. Que é só fluxo.

Por isso, temos de admitir, com Espinosa, que só há afetos. Que só os desejos atualizam. Só esses desejos ancoram o ser desejante na atualidade crua do real. Porque nesse tempo real só há potências. Potências de agir que não se permanecem. Que não se comunicam. E que não se deixam comunicar. Daí a solidão espinosana. Condição da nossa existência. Na qual só nós sentimos o que sentimos. Sentimentos exclusivos, não conversíveis em discurso. Por isso, representações e relatos sobre si estão sempre atrasados. Quando, deitados num divã de descobertas, vamos falar sobre o que o mundo produziu em nós, já há outro mundo e outro nós.

Discursos sobre si são anúncios mentirosos, de um produto perecido de ofício. Comunicação tentada do que não é mais. Depoimentos e perfis, tão ávidos pelo flagrante ao vivo, e tão tristemente condenados a descrever cadáveres. Não é outra a definição de morbidez. Discurso sobre o que não é mais. Assim seguimos falando sobre nós. Exigência civilizatória. De um olhar travestido e mutante para um eu que, passo a passo, vai-lhe fugindo ao viver. Seguindo um ritmo de uma melodia eterna sem refrão. Porque um refrão pressupõe repetição. Num mundo que não se repete. Num real que não volta. Na existência de um eu que é sempre outro. Inexoravelmente outro. Discurso de perseguição frustrante de um distanciamento progressivo[5]. De um eu sempre afetado por um mundo fugaz. Que é sempre espelho da fugacidade do eu[6]. Não é outra a lição de Bakhtin, com palavras que são as suas:

[4] ESPINOSA, B. *Ética*, São Paulo: Abril, 1979, Proposição XVII, Escólio e Proposição XXV.
[5] J.C. Kaufmann destaca a eternidade e o fracasso: «A identidade é justamente o resultado de um esforço infrutífero, mas incessante do indivíduo para fabricar sua unidade». *Ego*, Paris: Nathan, 2001, p. 262.
[6] Sobre o espelhamento do eu, ler M. Strauss, *Miroirs et masques*. Paris: Métaillé, 1992.



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

> O ato de nossa atividade, de nosso vivido, tal qual um Janus de duas cabeças, olha em direções diferentes: para um lado, da unidade objetiva do campo da cultura e para o lado da singularidade não reprodutível da vida vivida, mas não há um plano um e único no qual estas faces se determinam mutuamente em relação a uma unidade só e única. Resulta disso que dois mundos se perfilam um diante do outro, que não se comunicam em hipótese alguma e nem se interpenetram: o mundo da cultura e o mundo da vida, único mundo no qual nós descobrimos, contemplamos, vivemos e morremos. Um mundo no qual se objetiva o ato da nossa atividade, e um mundo no qual uma só vez este ato ocorre, se realiza realmente (BAKHTIN, 2003, p. 18).

Dessa forma, se há erro na crise identitária, está na crença da possibilidade de uma única representação de si, de uma única identidade. Erra aquele que acredita afetar tanto ao próximo quanto a si mesmo. Pelo mesmo princípio cremos que tudo o que nos afeta, afeta a todos da mesma forma. Por isso, como explica com grande didatismo Comte-Sponville, "ir à exposição com amigos, quando cada um julga sinceramente, é, assim, uma fonte, às vezes amarga, de surpresa. É difícil nos resignarmos a esta solidão do gosto, e, até na amizade, a esta prisão estética do eu" (COMTE-SPONVILLE, 1988).

Erra também aquele que crê, por toda a vida, afetar-se identicamente. Aquele que presume o eu de amanhã pelo de hoje. Erro excusável, admitemos. Quem não acredita continuar no dia seguinte a história interrompida por algumas horas de sono. Quem acredita de verdade acordar outro a cada manhã. Nisso crê o *bonus pater familia*. A existência social e suas exigências jurídicas induzem: falácia do nome, do RG, da digital. Só a foto, desatualizada, denuncia o perecimento.

Assim, a questão da identidade através do tempo é marcada por um impasse. A aporia de que falamos aqui se objetiva. De um lado, nada permanece. Portanto, nada é idêntico. O que nos leva à identidade como vazio ontológico. De outro lado, todos existimos a partir de uma crença identitária. Assim, essa identidade através do tempo supõe como critério alguma



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

continuidade psicológica. Discussão sempre presente na filosofia contemporânea. Discussão que se reporta inevitavelmente — de forma explícita ou não — à concepção defendida por Locke.

Com efeito. Seja qual for a posição defendida — reducionistas, anti-reducionistas, materialistas, dualistas, monistas, seu autor começa pela análise do critério de continuidade da consciência de Locke apresentada no seu *Essay concerning human understanding*, 1690. A título de exemplo, D. Wiggins, *Sameness and substances*, abre seu Capítulo 6, "Personal identity", p. 149-89, pelo parágrafo 1 "John Locke on persons". A mesma preocupação encontramos em J. L. Macke, *Problems from Locke*, e em P. Engel, *Introduction à la philosophie de l'esprit*.

Na definição lockeana da pessoa, o critério psicológico é aquele que garante a continuidade temporal e espacial da pessoa. Esse critério psicológico é centrado na consciência. Uma consciência de ser o si mesmo no tempo. Consciência de ter sido si mesmo no passado e de continuar sendo si mesmo no futuro. Porque a consciência não é só consciência presente, mas também consciência de nossos estados passados. Por isso, o critério da identidade pessoal para Locke deve ser a memória. De acordo com o que propõe:

> Essa consciência acompanha sempre nossas sensações e nossas percepções presentes. É por aí que cada um é para si mesmo o que chama de si mesmo. Não consideramos nesse caso se o mesmo si mesmo continuou na mesma substância, ou em diversas substâncias. Porque a consciência acompanha sempre o pensamento, e que é esse que faz com que ele possa se nomear a si mesmo, e possa se distinguir de qualquer outra coisa pensante. É nisso e só nisso que consiste a identidade pessoal. Ou o que faz que um ser racional seja sempre o mesmo. E tão longe que essa consciência possa se estender sobre as ações ou os pensamentos já passados, tão longe se estenderá a identidade dessa pessoa. O si mesmo é presentemente o mesmo que o que era então. E essa ação passada foi realizada pelo mesmo si mesmo que se remete a ela no presente no espírito (LOCKE, p. 264-5).

Permanência: ilusão exigida, portanto. Impasse entre a alienação de se crer



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

sempre o mesmo e a insanidade de se crer outro a cada instante. Daí a tristeza espinosana. "É fácil ver que ela nasce da opinião sobre si e do erro que dela provém"[7]. Dentre as tristezas, a melancolia. Eliminação radical da alegria. Tristeza pelo corpo inteiro. Tristeza necessária, no entanto. Caução de pertencimento ao mundo civilizado. Onde as pessoas devem crer que permanecem, ainda que na contramão da vida.

**Identidade e permanência**

Com efeito. Sem essa crença na permanência estariam comprometidas as relações sociais. A fugacidade radical condenaria o interlocutor à incerteza, à absoluta ausência de referenciais. Seriam incoerentes de oficio todas as expectativas sobre a conduta alheia. Afinal, para esperar que alguém aja de alguma maneira é preciso que haja alguém. A redução aparente da contingência do outro, ilusória, mas securitária e tranqüilizadora, coloca sob os holofotes o mais habitual, garantindo, assim, aos que se relacionam alguma existência. Como, por exemplo, enquanto um objeto de posse: meu marido, meu pai, minha professora, meu amor, etc[8]. Permito-me recorrer à literatura. A Machado de Assis. Haverá de apreciar, caro leitor.

> Não era esta certamente a Marcela de 1822. Mas esta beleza de outro tempo valia uma terça parte dos meus sacrifícios? Era o que eu buscava saber interrogando o rosto de Marcela. O rosto dizia-me que não. Ao mesmo tempo os olhos me contavam que, já outrora, como hoje, ardia neles a flama da cobiça. Os meus é que não souberam ver-lha; eram olhos de primeira edição (ASSIS, 1960, p. 174).

Pascal também reflete sobre a identidade a partir da problemática do amor.

[7] ESPINOSA, B. *Tratado breve*. Madri: Alianza, 1990, p. 124, parág. 2.
[8] «Uma idéia implícita na noção de unicidade de um indivíduo é a de marca positiva ou apoio de identidade, por exemplo, a imagem fotográfica do indivíduo na mente dos outros ou o conhecimento de seu lugar específico em determinada rede de parentesco» (GOFFMAN, E. *Estigma:* notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. Rio de Janeiro: Guanabara, 1963, p. 66).



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

Afinal, em face das dificuldades de conceituar a pessoa, de atribuir-lhe uma identidade, qual o objeto do amor? Meditação pascaliana que se segue:

> O que é o eu? Alguém que ama alguém por causa de sua beleza ama-o mesmo? Não, porque a varicela, que matará a beleza sem matar a pessoa, fará com que ele não a ame mais. E se alguém me ama por meu discernimento, por minha memória ama mesmo a mim? Não, porque posso perder essas qualidades sem me perder. Onde está pois este eu, se não está nem no corpo nem na alma? E como amar o corpo ou a alma a não ser por essas qualidades que não são o que faz o eu, pois são perecíveis? Pois amaria alguém a substância da alma de uma pessoa abstratamente, quaisquer que fossem as qualidades que nela houvesse? Isso não é possível e seria injusto. Portanto, nunca se ama ninguém, mas apenas qualidades (PASCAL, 1951, p. 688-723).

Ora, Pascal falando do amor e de seu objeto observa que, no que diz respeito à identidade pessoal, é preciso distinguir entre uma norma fundamental que garantiria a identidade de uma pessoa e os índices exteriores de reconhecimento de uma pessoa que resultam de um processo de identificação em assegurar a identidade em questão.

De inspiração pascaliana, o debate contemporâneo sobre o critério da identidade permanece. Se os estóicos ou mais tarde os modernos buscavam os critérios de identidade pessoal sem muito se preocupar com a natureza dos critérios de identidade, o mesmo não acontece na filosofia contemporânea. A questão central é sobre o que devemos entender por critério de identidade. Gottlob Frege aponta a necessidade da noção de critério de identidade relacionando com a relação de referência: "Se o signo a designa um objeto, devemos ter um critério que permita decidir se b é o mesmo que a, mesmo se não temos sempre o poder de utilizar esse critério" (FREGE, p. 63). Já Geach prefere destacar critérios de identidade em relação aos sintomas de identificação. O texto reproduzido abaixo é revelador:



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

> Como reconhecemos a identidade é o problema. Eu reconheço um homem pelo seu rosto, pela sua voz, não pelo seu cérebro. Mas, um critério de identidade, a meu ver, que responda ao enunciado "o mesmo homem" é aquele segundo o qual o cérebro é um critério mais pertinente que o resto ou a voz. A permuta do cérebro pode ensejar certos problemas como os que consistem a saber se se trata do mesmo homem depois da operação. Mas se um homem sofre um dano no rosto ou dispõe de uma voz diferente, será — apesar de tudo — o mesmo homem. O caso não é nem marginal nem inverossímil, e isso mesmo se seus amigos possam considerar as transformações enganadoras (GEACH, p. 288).

A questão da identidade pessoal através do tempo, que supõe como critério a continuidade psicológica, está sempre no centro das discussões filosóficas contemporâneas. Remete-se inevitavelmente — de maneira direta ou indireta — à concepção defendida pela primeira vez por Locke.

A narrativa identitária, como todo discurso, encontra-se em circulação. Redefinição incessante de si mesmo. A fala de quem pretende se definir — o eu falando de si mesmo — é apenas um momento dessa trajetória. Porque a identidade é o resultado sempre provisório de um diálogo entre o social e o sujeito, entre as múltiplas representações enunciadas por esse último — e por ele flagradas — e a forma, sempre criativa e singular, pela qual as rearticula. Nesse sentido, o texto abaixo, publicado na excelente revista brasileira de comunicação *Famecos*, é emblemático:

> Quando falamos de identidade referimo-nos não a uma espécie de alma ou a uma essência com a qual nascemos, não a um conjunto de disposições internas que permanecem fundamentalmente iguais durante toda a vida, independentemente do meio social onde a pessoa se encontra. Referimo-nos sim a um processo de construção no qual os indivíduos vão se definindo a si mesmos, em estreita interação simbólica com outras pessoas (LARRAIN,



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

2003).

Por isso, a despeito da componente inventiva que caracteriza toda construção identitária, não há motivo para reduzi-la a uma pura ilusão biográfica[9]. Porque a interação, condição de existência no mundo social, é também condição da sua definição. Como sintetiza Maia, "as identidades não são o produto de mentes individuais, mas, sim de relações interpessoais que ganham expressão a partir do recurso social compartilhado da linguagem, nas práticas e nos fluxos comunicativos diários" (MAIA, 2002, p. 115-33).

Identidades que surgem no teatro da vida social nos remetem às máscaras de personagens que interagem na cena do cotidiano. Máscaras que, mais do que simplesmente substituídas a cada nova interação, se sobrepõem[10]. Porque as novas, supervenientes, se ajustam à topografia das anteriores, relevo do já vivido. A personagem substituída dita as condições de possibilidade existencial daquela que lhe substitui. No teatro da existência social, não substituímos máscaras, criando indefinida e livremente novas personagens para novas relações. A definição identitária tem condições objetivas de natureza social.

É na pluralidade de manifestações sobre si que se encontra matéria-prima para compor um quadro de características com mais chances de reconhecimento. Assim, a identidade não reconhecida — ou aceita apenas parcialmente — produz dissonância entre o que esperamos que pensem de nós e o que efetivamente pensam de nós. Mas nem sempre essas manifestações são coerentes entre si. Apresentam-se no mais das vezes de maneira contraditória, produzindo efeitos sobre seu objeto[11].

Nessa polifonia, os discursos identitários não se equivalem. Agem desigualmente na construção das representações que têm o sujeito como objeto. A medida dessa desigualdade não se encontra na sintática ou no léxico, mas na legitimidade de quem fala, na autoridade de que está investido o porta-voz para se manifestar sobre esta ou aquela identidade. A título de exemplo, participa da construção identitária qualquer manifestação de enaltecimento, de valorização social. Ora, esse

[9] BOURDIEU, P. L'illusion biograpique. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n. 62-63, 1996, p. 69-72.
[10] Sobre essa sobreposição de máscaras ler M. Proust, *Le temps rétrouvé*. Paris: Garnier Flammarion, 1986, p. 289-90.



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

tipo de manifestação será tanto mais eficaz quanto mais distante socialmente se encontrar o porta-voz do sujeito enaltecido.

Em suma, o mundo social fornece elementos para uma autodefinição provisória. Ao mesmo tempo, condiciona qualquer tipo de existência nele à indicação de características discriminantes, que facultem identificação. Sem relato identitário não há pertencimento.

Que implicações pode ter a recorrência de uma conduta para o seu valor moral? A questão, estritamente filosófica, é relevante neste parecer. Afinal, a prática analisada, é recorrente. Sabidamente, a referência obrigatória para uma reflexão axiológica sobre os costumes é a obra de Aristóteles. O primeiro passo é a identificação de atividades meio e atividades fim.

Passagens aéreas são meio. Meio para deslocamentos aéreos. Estes, por sua vez, são meio para que o parlamentar possa estar, *in persona*, no parlamento e alhures. Afinal, entende-se que ao parlamentar, não basta, para bem legislar, estar presente no Congresso Nacional. Isto porque, na condição de representante do interesse de outros e não vivendo estes últimos na capital federal, os deslocamentos são entendidos como condição do bem legislar.

Em algum momento da história da instituição, entendeu-se que o ônus desse deslocamento não deveria ser arcado pelo parlamentar, por seus estipêndios em salário. Afinal, o deslocamento é condição para o trabalho de um deputado federal ou de um senador. Mas, como assegurar esse deslocamento? Qual o meio mais adequado? As distâncias sugerem a via aérea. Para agilizar a circulação de recursos, estipulou-se um valor mensal. Esse valor poderia não corresponder - e, portanto, exceder - às tarifas. Aparentemente, cada parlamentar incorporou-o à integralidade de seus vencimentos. Operou-se, neste momento, um descolamento entre o fim inicial e os meios a ele destinado. Tudo indica para uma generalização desta prática, que se tornou hábito.

Para Aristóteles, um ato é virtuoso se e quando emana de uma virtude. E essa é

[11] Sobre a incoerência dos processos de construção identitária, ler V. Gaulejac, *L'historie en héritage*. Paris: Desclée de Brouwer, 1999.



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

o hábito de fazer atos bons. Não fosse pelo hábito, teríamos ficado num ciclo de dois elementos: ajo bem quando sou virtuoso e sou virtuoso quando ajo bem. Mas Aristóteles acrescenta o principal conceito singular à sua filosofia moral. O hábito. Remete à tradição dos bons costumes. Firma como princípio geral da ética que bem agir precisa ser habitual. De alguma forma, sugere que devemos agir bem sem ter que pensar sempre. Que a reflexão deve estar na gênese do costume. Do bom costume. Mas se o bem agir deve se converter em hábito, esse não transforma por si só qualquer prática em boa. Porque o que sempre se fez pode não ser bom. Como saber?

Aristóteles sugere, nesse caso, a aplicação de um critério. Externo aos hábitos, naturalmente. Para poder aferi-los legitimamente. A *mesotes*. O meio-termo. Aquela posição que não está nem num extremo do espectro nem no outro. Mas no meio. Porque no meio está a virtude. *In medio stat virtus*. Ético é aquilo que não é nem covarde nem temerário. Mas, situado no meio, na coragem. Cálculo complexo, dirá o leitor. Percepção compartilhada por Aristóteles. Afinal, nem sempre o meio está exatamente no meio. A coragem, exemplo consagrado, parece muito mais próxima da temeridade do que da covardia. Mas, então, se a Mesotes não é o critério cristalino de que precisamos, talvez precisemos de outro, para aferi-la. Um critério decisivo para decidir entre o Bem e o Mal. Um critério último de eticidade.

Aristóteles propõe: a reta razão. Reto vem da linha reta dos geômetras. A linha traçada pelo cordão esticado dos arquitetos. A distância mais curta entre dois pontos. E razão? Como defini-la? Até hoje não sabemos direito o que é razão. Mas nela está a chave de toda a fundamentação que nos concerne: a da possibilidade de um juízo moral desinteressado. Esse critério nos acompanhará até o fim dessa introdução. Até o imperativo categórico.

Aristóteles, no livro VI da *Ética a Nicômaco*, estabelece uma distinção consagrada entre a razão que produz o saber demonstrativo e aquela que se exercita no saber prático. Essa racionalidade prática é determinada pelas características da própria ação sobre a qual reflete: a particularidade e a contingência. Trata-se de razão direcionada para um agir em situação. Na singularidade da existência. Um agir que, não sendo necessário, poderia ser outro.

Esse saber prático está vinculado a um saber teórico. A razão teórica, voltada para o Bem, para o Belo e para a Verdade, abastece os demais níveis e gêneros de saber. Inclusive o saber prático. O objeto desse saber é a felicidade. Essa, por sua vez, dependerá de



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

uma busca do Bem verdadeiro. Distinto dos bens de circunstância, relativos às situações vividas. Assim, apesar de contingentes, isto é, de poderem ser outras, as ações humanas orientam-se para o Bem, ordenando-se com o conhecimento teórico desse Bem. Esse último discrepa dos bens enquanto inclinações momentâneas do corpo, determinadas por esse ou aquele encontro com outros corpos. Não decorre dos interesses de circunstância, que a casualidade da vida nos impinge.

Isso indica que existem em Aristóteles dois tipos de razão. Distintas e correspondentes. Essa correspondência deve ser entendida como um vínculo da razão prática à razão teórica. Sem que haja mera derivação, ou subordinação. Afinal, só a razão prática ordena o mundo da vida, da existência no mundo, particular e contingente. Características que definem os limites da autonomia desse saber prático, circunscrito pela particularidade e pela contingência. Saber prático que, no entanto, está ordenado a um saber teórico. Numa relação profunda entre o Bem verdadeiro, como princípio da ação, e a escolha humana (*proairesis*) como princípio de cada ação, isto é, como critério de deliberação moral.

Utilitarismo é termo derivado de útil. De utilidade. O que significa ser útil? Identificar a utilidade de uma coisa é investigar fora dela, focar no resto, no outro, no que ela não é. A utilidade de qualquer coisa nunca está nela própria. Em outros termos, o útil não compreende em si mesmo sua própria norma e não pode se auto-instituir. Por isso, definir qualquer objeto pela sua utilidade é defini-lo de fora, externamente. Se o leitor claudica na compreensão, um exemplo pode ajudá-lo. Se nos perguntamos sobre a utilidade de um colírio, respondemos que o mesmo é útil para limpar os olhos; a utilidade de uma aula, alargar o repertório do aluno; a de um romance, entreter o leitor, conferir prestígio ao seu autor; a de uma tese, permitir a intelecção do mundo, conferir um título de nobreza ao candidato. Ora, o olho em relação ao colírio, o repertório do aluno em relação à aula, o entretenimento do leitor em relação ao romance, o título em relação à tese conservam algo em comum. A alteridade. A exterioridade.

Mas, então, em que medida esta exterioridade intrínseca ao conceito de utilidade nos permite compreender a reflexão moral utilitarista? A resposta salta aos olhos mesmo dos mais desavisados. A resposta utilitarista para a investigação moral sobre uma ação



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

não pode estar na própria ação. Naquilo que lhe é imanente. Em nenhum de seus aspectos objetivos ou subjetivos. Nem na intenção do agente, nem na materialidade da conduta, no deslocamento físico. Essa resposta sobre o acerto moral da ação reside em algum elemento outro. Que lhe é externo. Em suma, na sua utilidade.

A definição de H. Sidgwick nos parece lapidar para essa primeira abordagem: "Teoria ética segundo a qual a ação moralmente boa é a ação que promove o maior bem-estar para o conjunto das pessoas". Definição que compreende três proposições: primeiro, as ações são julgadas certas ou erradas somente pela virtude de suas conseqüências. Nada mais importa. Segundo, ao avaliar as conseqüências dessas ações, a única coisa que conta é a quantidade de felicidade ou infelicidade que delas decorre. Todo o resto é irrelevante. Terceiro, a felicidade de cada pessoa afetada pela ação, incluindo o próprio agente, tem o mesmo valor.

Essas assertivas introdutórias indicam um princípio moral fundamental. O *princípio da utilidade,* proposto por Bentham: na deliberação entre condutas ou políticas sociais, devemos optar pelas que acarretam melhores conseqüências para todos os envolvidos.

> Por princípio de utilidade entende-se aquele princípio que aprova ou desaprova qualquer ação, segundo a tendência a aumentar ou a diminuir a felicidade da pessoa cujo interesse está em jogo, ou, a mesma coisa em outros termos, segundo a tendência que promove a referida felicidade ou se opõe a esta.

J. S. Mill tem a mesma ambição fundadora. O princípio fundamental que propõe é igualmente esclarecedor:

> A convicção que aceita a utilidade ou o princípio da maior felicidade como o fundamento da moral admite que as ações são corretas na proporção em que promovem a felicidade, e erradas na medida em que produzem o



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

contrário da felicidade.

Segundo esse princípio, a felicidade é o critério em função do qual podemos afirmar que uma ação é moralmente correta (*right*), aceitável, elogiável ou incorreta (*wrong*). Ser-lo-ão na medida em que constituírem meios adequados para esse fim. Assim, o utilitarismo define a moralidade de um ato pela felicidade que dele advém. Idéias centrais que só ganharão maior intelecção se confrontadas com outras, que lhes serviram de contexto.

O quesito faz apelo ao paradigma intencionalista, segundo o qual não há como avaliar moralmente uma conduta senão pela boa vontade de quem age. O que conta aqui é a intenção do agente. O que ele pretendia que acontecesse. Jamais o que efetivamente se produziu como conseqüência da sua ação. Desta forma, de acordo com o critério da boa vontade, não importa o resultado, a eficácia ou o fracasso frente ao almejado.

Da mesma forma, ainda de acordo com este critério, não é importante a materialidade da conduta. O elemento objetivo da ação. Isto porque a mesma materialidade pode expressar boa vontade - com valor moral positivo - e má vontade - valor moral negativo.

Nesta perspectiva, quando vários agentes se comportam da mesma forma, membros de um coletivo - como uma assembléia - ou não, uma avaliação coletiva é improcedente. Isto porque, ainda que suas condutas sejam objetivamente semelhantes, podem estar movidos por intenções discrepantes, ou mesmo antagônicas.

**Pressupostos teóricos da avaliação moral intencionalista**

Kant parte de um pressuposto fático: todos os povos, em todo tempo e lugar, em todas as culturas, possuem algum tipo de Dever-Ser. Kant não pressupõe aqui a retidão da ética de um povo ou de uma cultura determinada. Muito menos se propõe a julgá-la. Apesar de apresentarem conteúdos muito diversos, todas apresentam alguma proposta sobre como deveria ser a vida prática. Esse Dever-Ser onipresente Kant denomina Fato da Razão. Eis o pressuposto inicial. Todo mundo reflete sobre moral.



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

Aqui, Kant propõe a pergunta transcendental: quais as condições necessárias para tal fato? A que atribuir o Fato da Razão? Qual a sua condição *sine qua non*? Para que todos os povos, a qualquer tempo e lugar, manifestem alguma reflexão sobre o Dever-Ser, é preciso que haja alguma estrutura *a priori*. É preciso que exista um Eu prático, transcendental em relação aos homens singulares e deliberativos de carne e osso, que se guie por único grande princípio geral. Há, portanto, um princípio transcendental da Razão Prática. Condição necessária *a priori* e ponto de tangência de toda a singularidade cultural. Esse princípio prático Kant denomina imperativo categórico. Vazio de conteúdo, mas válido universalmente. Cuja compreensão só é facultada pelo postulado da boa vontade. Eis os dois temas da moral kantiana que vão merecer nossa atenção: a boa vontade, como bem incondicionado, e o imperativo categórico como método de identificação da boa regra de conduta.

A obra *Fundamentos da metafísica dos costumes* (1785) tem como objeto declarado "a pesquisa e a determinação do princípio supremo da moralidade". Trata-se de um aperitivo, cujo prato principal é a grande obra sobre moral de Kant, a *Crítica da razão prática*. Esta sim, lança as bases para uma ciência *a priori* da conduta humana. *A priori* porque desvinculada de qualquer casuísmo, de qualquer situação concreta de ação.

A obra começa com um convite: a passagem do conhecimento racional comum, espécie de senso ético do cotidiano, para o conhecimento filosófico. Afirma não pretender inventar uma nova moral. Apenas identificar o princípio supremo de moralidade tal como este se apresenta em toda consciência humana. O ponto de partida dessa proposta não é a noção de bem. Mas a de vontade. Não há, para Kant, coisas intrinsecamente boas. Só a vontade as tornará boas ou más. O trecho que encerra a assertiva é consagrado: "Não é possível conceber coisa alguma no mundo, ou mesmo fora do mundo, que sem restrição possa ser considerada boa, a não ser uma só: a boa vontade" (KANT, 1785).

Ora, o que Kant quer dizer com isso? Comecemos pelas interpretações que julgamos impertinentes. Kant não sustenta nessa assertiva que a boa vontade seja o único bem. Pelo contrário, ao longo de sua obra, destaca distintos gêneros de coisas boas e desejáveis, tais como talentos do espírito, qualidades de temperamento, etc. Também não quer dizer que a boa vontade seja todo o bem. Ou um bem ao qual não se possam justapor outros. Ao introduzir o conceito de *bonun consummatum*, por exemplo, designa uma dobradinha auspiciosa da boa



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

vontade com a felicidade. Essa associação supera, como o termo latino indica, qualquer bem ou soma de bens. Finalmente, Kant também não pretende que a boa vontade seja o único bem intrínseco, ou o único que constitui fim em si mesmo. Como fica claro quando aborda outros bens ao longo de suas reflexões. Mas, em face de tantos equívocos e tentações facilitadoras, qual o sentido da assertiva mais coerente com o resto da sua filosofia moral?

A interpretação que propomos é a mais próxima possível do texto. Ao afirmar que só a boa vontade é boa sem restrições, o autor quer dizer que essa boa vontade é o único bem incondicionado. Inversamente, a inteligência, a faculdade de julgar, a coragem e tantos outros bens não são bens incondicionados. Não são coisas boas absolutamente. Seu valor moral depende do uso que delas se faça. Pelo que propõe Kant, o mesmo deve ser dito sobre a felicidade. Não é um bem em si. Não é boa incondicionadamente. Pode ser fonte de muito vício para quem não conta com uma boa vontade. Como a coragem, quando está a serviço do ódio.

E até mesmo as faculdades intelectivas, atividades superiores para muitos, não são boas em quaisquer condições. Porque sempre posso usar minha engenhosidade para humilhar o outro. O uso da razão depende, portanto, para ser bom, de estar ou não a serviço de uma boa vontade. Kant nos dá um exemplo: "o sangue frio de um celerado não só o torna mais perigoso, como também, a nossos olhos, muito mais detestável do que o teríamos julgado sem ele".

Assim, podemos concluir — a *contrario sensu* — primeiramente que se no mundo não houvesse boa vontade, o valor de todos os outros bens estariam à mercê de seu uso concreto, em situações determinadas. Isto é, sob a égide dos afetos de circunstância. Inferimos também que se a boa vontade é de fato o único bem incondicionado, não podemos fazer dela um mau uso. Até porque não há uso possível da vontade. Nem boa nem má. A vontade não pode ser instrumento de uma má causa simplesmente porque não pode ser instrumento de nada. Não é usada, porque é quem usa.

Diante do exposto, o espírito do leitor saltita. Mas, afinal, o que Kant entenderia por essa boa vontade, único bem incondicionado? Talvez aqui aquele que me lê com atenção, sempre presumida na avaliação de uma tese, ousasse uma resposta. A boa vontade seria aquela inclinação que ensejasse condutas que, por sua vez, promovessem a alegria de quem age, ou algum tipo de evolução, ou ainda a felicidade do maior número, ou até o bem de toda a



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

humanidade. Não, bradará um Kant taxativo. Nem êxitos, nem transformações, nem efeito de espécie alguma. A sua utilidade ou inutilidade não poderá acrescentar ou retirar nada ao valor da boa vontade. Afinal, sendo essa última a condição de qualquer outro valor, seria absurdo admitir que algum outro a condicionasse. Mas, se não está nos efeitos, tampouco nas causas — tão extrínsecas à boa vontade quanto os primeiros — é porque a vontade, quando é boa, é boa nela mesma, por ela mesma, em si. Mas que imanência volitiva discriminaria a boa da má vontade? A inquietação é do próprio Kant.

> Mesmo quando, por singular adversidade do destino ou por avara dotação de uma natureza madrasta, essa vontade fosse completamente desprovida do poder de levar a bom termo seus propósitos; admitindo até que seus esforços mais tenazes permanecessem estéreis; na hipótese mesmo de que nada mais restasse do que a só boa vontade — entendendo por essa não um mero desejo, mas o apelo a todos os meios que estão ao nosso alcance — ela nem por isso deixaria de refulgir como pedra preciosa dotada de brilho próprio, como alguma coisa que em si possui valor (KANT, 1785).

Kant não pretende celebrar a boa vontade como um vazio ontológico. Uma tendência sem objeto. Defende que há ocasiões nas quais não julgamos o querer pelos resultados das ações que ensejou. Mas segundo seus propósitos intrínsecos. Neste caso, a vontade deve ser algo a mais do que um simples desejo (*ein blosser Wunsh*). Constatação que protege Kant da acusação de propor uma ingênua e volátil ética intencionalista. Afinal, diz Kant, se não produzíssemos uma boa vontade em si, não seria fácil compreender porque a natureza nos teria dotado de razão. Se tivéssemos de nos limitar à obtenção do necessário para a sobrevivência, instintos naturais inatos fariam muito melhor o trabalho.

O leitor deve permanecer angustiado. Ainda não identificamos nada que fizesse de uma determinada vontade uma boa vontade. Mas chegaremos lá. Para Kant, essa boa vontade constitui com a razão uma única coisa. Para Kant, todo querer tem dois elementos fundamentais: seu fim, ou finalidade, e seu motivo, ou causa. Esses elementos equivalem ao quê se quer e ao



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

porquê se quer o que se quer. Sendo o critério da boa vontade imanente ao querer, logicamente deve estar ligado a um desses dois elementos ou aos dois. Para Kant, a boa vontade decorre de um só desses elementos: o motivo. E só um dentre eles. O único motivo que faz moralmente boa a vontade é o sentido de dever. Admite-se que uma vontade que age por dever não se proporá a uma ação que ela considera contrária a esse dever.

Mas não basta que a ação deliberada seja conforme ao dever para que a vontade seja considerada boa. Pois é possível que essa vontade tenha ensejado uma determinada ação conforme o dever, mas determinada por um interesse egoísta. Nesse caso, não estaria configurada a boa vontade, condição do valor moral. Por isso concluímos que, para Kant, a moral começa quando terminam a finalidade interessada e as inclinações. Não disse que chegaríamos lá? Eis o nó górdio de nossas inquietações. Afinal, é desse desinteresse do juízo moral de que estamos falando.

As ações pelas quais buscamos conservar a vida e a felicidade só terão valor moral se não advirem de uma tendência natural, de um apetite em face de um certo mundo encontrado, numa situação de existência qualquer. Em contrapartida, serão valoradas moralmente se se objetivarem em face de qualquer propensão. Portanto, só poderá ser boa a ação praticada por dever. Aquela que, assim, não mantiver com as inclinações do corpo nenhum nexo de causalidade. Prescindir delas e dos objetos que as suscitam.

Cabe esclarecer que essa ação praticada por dever discrepa daquela que simplesmente coincide com o dever, ou está em conformidade com ele.

> Passo aqui em silêncio todas as ações geralmente havidas por contrárias ao dever, se bem que, deste ou daquele ponto de vista, possam ser úteis, pois nelas não se põe a questão de saber se podem ser praticadas por dever, uma vez que estão em contradição com ele. Deixo também de lado as ações que são realmente conformes com o dever, para as quais no entanto os homens não sentem inclinação imediata, mas que apesar disso executam sob o impulso de outra tendência; com o dever foi realizada por dever ou por cálculo interesseiro. Muito mais difícil notar esta distinção, quando, sendo a



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

> ação conforme com o dever, o sujeito sente para com ela uma inclinação imediata (KANT, 1785).

O próprio Kant, fato raro, nos brinda com um exemplo. O comerciante atende lealmente os fregueses. Apenas para fidelizar sua clientela. Age, portanto, em conformidade com o dever. Mas não por dever. Do mesmo modo, uma pessoa feliz, ávida por seguir vivendo, luta para conservar a vida. Age em conformidade com o dever. Já que conservar a vida é um dever. Mas não o faz por dever. Inversamente, alguém que não tem nenhum apreço pela existência, que a abreviaria de bom grado, que cogita isso ao menos uma vez ao dia, esse, que se esforça para seguir vivendo age por dever.

Nem mesmo o amor ao próximo escapa a esse rigoroso critério. Afinal, quem age generosamente por simpatia, isto é, em proteção dos próprios afetos, encontra-se no mesmo caso do exemplo anterior. Na simpatia, a proteção da alegria do outro é interessada, por determinar a alegria do agente protetor. Este último, nesse caso, cumpre o seu dever, mas não se faz bom por isso. Para que houvesse bondade, a ação deveria decorrer exclusivamente do dever. Movida pelo respeito à lei moral. Independer da própria tristeza que o sofrimento do outro determina. Por isso, quem ajuda os outros sem ter nenhum prazer nisso tem valor moral superior àquele que é generoso por temperamento. Que se alegra em dar. Explica Kant:

> Assim devem, sem dúvida, ser compreendidos também os passos da Bíblia, onde se ordena amar o próximo e até os inimigos. Com efeito, o amor, como inclinação, não pode ser comandado. Mas praticar o bem por dever, quando nenhuma inclinação a isso nos incita, ou quando uma aversão natural e invencível se opõe, eis um amor prático e não patológico, que reside na vontade, e não na tendência da sensibilidade, nos princípios da ação e não em uma compaixão emoliente. Ora, é esse o único amor que pode ser comandado (KANT, 1785).



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

Depreendemos daí que dever é a necessidade de uma ação praticada por respeito à lei. De maneira que, se existe um sentimento moral, esse só pode ser decorrente desse respeito. Um sentimento não determinado de fora, não passional, mas autoproduzido pela razão. Na base dessa exclusão do amor como motivo moral, encontra-se o postulado kantiano da radical heterogeneidade da razão e da sensibilidade. Quando qualquer deliberação moral pertence à sensibilidade, ou tem sua origem nela, trata-se de um puro fato. Contingente e cego. Ao não carregar consigo mesma sua própria inteligibilidade, não é legítima para erigir-se em guia da conduta. Deverá, portanto, submeter-se a uma instância racional.

O leitor se lembrará que todo querer, para Kant, é constituído de motivo e finalidade. Que se a boa vontade, critério da moral, é inerente ao querer, deveria corresponder a um desses dois elementos. Mostramos que, para Kant, o motivo, agir por dever, é o elemento do querer que nos autoriza ungir de bondade à vontade deliberativa da ação moral. Mas, e a finalidade da ação? Para Kant, a finalidade da ação é um elemento estranho à boa vontade. Alheio à moral. Na contramão de toda corrente conseqüencialista que abordaremos na segunda parte desse parecer. Como esclarece o texto abaixo:

> Uma ação praticada por dever tira seu valor moral não do fim que por ela deve ser alcançado, mas da máxima que a determina. Este valor não depende, portanto, da realidade do objeto da ação, mas unicamente do princípio do querer, segundo o qual a ação é produzida, sem tomar em conta nenhum dos objetos da faculdade apetitiva (de desejar) (KANT, 1785).

Assim, para Kant, como fica claro no texto, o valor moral de uma ação nada tem a ver com a finalidade buscada ao agir. Porque o critério proposto da boa vontade não coincide necessariamente com a excelência moral dos fins da ação. Esse fim pode ser bom, sem que necessariamente tenha havido boa vontade para alcançá-lo. Assim, seguindo o exemplo já citado, lutamos por continuar existindo. A finalidade é continuar vivendo. Finalidade boa. Mas a luta é por amor à vida. Não há aqui, como vimos, nenhuma boa vontade. Em suma, estando o valor moral numa certa intencionalidade, é preciso considerar essa intenção prescindindo do fim



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

visado. O critério é a intenção de fazer por dever o que se deve fazer. Assim, podemos estar inclinados. Inclinação determinada por encontros de nosso corpo. Efeito, portanto. Nada tem a ver com a atividade de uma vontade. Que é exclusividade humana.

Por isso, a noção de dever é correlata à própria natureza humana. Sobre a qual a lei exerce um constrangimento. Assim, a filosofia moral de Kant é fundada na sua concepção de natureza humana. De acordo com ela, o ser humano é, antes de tudo, um ser de razão e de liberdade. Ele tem inclinações e seu comportamento é fortemente influenciado pelas circunstâncias em que se encontra. Como os animais. No entanto, contrariamente a esses, o humano pode se governar. Dirigir-se. Isso porque sua razão faculta orientar-se. Fixar-se objetivos. Dotar-se de princípios. Enquanto os animais reagem, os seres humanos, além de serem afetados pelo mundo, deliberam. Assim, na concepção kantiana, de um lado, o ser humano está submetido às leis da natureza. Por outro lado, é autônomo em relação a ela e pode definir sua própria conduta.

Se a lei moral se expressa sempre, para o homem, segundo uma fórmula de natureza imperativa, nem todo imperativo — que constrange a vontade humana — possui por isso relevância moral. Na verdade, não somos só interessados na ação. Mais freqüentemente nutrimos interesse pelo objeto dessa ação. Segundo uma inclinação que só poderá ser satisfeita se observada uma norma. Também o interesse e o prazer implicam padrão. Por vezes um rigoroso padrão. Por isso, as ações ou são boas por elas mesmas ou como meio de obtenção de alguma outra coisa.

Mas, em ambos os casos, como identificar a regra do que é certo ou errado? A regra que permite agir corretamente? Kant responde a essa pergunta. É moralmente correta a ação que está de acordo com determinadas regras do que é certo, independentemente da felicidade resultante a um ou a todos. Percebamos que, ao responder, Kant não faz uma lista do que seria, para ele, certo ou errado. Não identifica ações corretas a acertos ou a erros. Como fizeram os mandamentos religiosos. Propõe no lugar um método que permitiria averiguar a correção da máxima que orienta nossa ação. Denominou esse método *imperativo categórico*. Tema que segue.



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

**Imperativos hipotéticos e categóricos**

Muitas das nossas condutas são regidas por algum dever. Esse dever, via de regra, é objetivado numa norma. Num imperativo. Os imperativos são regras, ou comandos, em função dos quais escolhemos agir. Mas, como vimos, nem toda norma tem relevância moral. Muitas vezes inclinamo-nos ante um certo mundo que passamos a desejar. Para alcançá-lo e satisfazer nosso desejo, devemos respeitar certa norma. Cumprir certas condições. Essas não são do interesse da moral kantiana. Afinal, submetemo-nos em função de um mundo desejado. Não por dever.

Assim, poderíamos arriscar um exemplo: se quiser obter o título de livre-docente, deve submeter-se a todos os procedimentos do concurso previstos em edital. Assim, em face de um desejo — no caso, a obtenção de um título e suas conseqüências sociais e, mais especificamente, acadêmicas —, reconhecemos certas condições — o exaustivo rito de unção universitária objetivado em seguidas provações.

A essas normas, cuja observância permite a satisfação de um desejo, Kant denominou *imperativos hipotéticos*. Porque só na hipótese da inclinação do corpo para um mundo desejado a norma é imperativa. Esses imperativos hipotéticos estruturam-se desta forma: se quiser isso ou aquilo, então deve fazer assim. Indicam o que temos de fazer desde que tenhamos um desejo concernente. Assim, alguém que não queira obter um título de livre-docente não teria razão alguma para se submeter aos rigores do processo. Como também alguém que não queira ingressar na faculdade de direito como aluno não tem por que submeter-se ao exame vestibular.

As obrigações inscritas no campo da moralidade kantiana, que, como vimos, se qualificam moralmente em função de um dever, não dependem de nossos desejos de circunstância. As normas que as definem são denominadas por Kant *imperativos categóricos*. Porque, neste caso, as condições morais são categóricas. A estrutura da norma passa a ser: deve fazer isso. E ponto final. Sem condições. Sem hipóteses. Categoricamente. Assim, aproveitando os exemplos supra, na regra moral, você deve ajudar as pessoas, o imperativo não está condicionado. Não se trata de ter de ajudá-las na hipótese de você sensibilizar-se com um flagrante de pobreza. O caráter categórico do imperativo poderia ser assim explicitado: você



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

deve ajudar as outras pessoas sem levar em consideração suas vontades ou desejos específicos. O próprio Kant explica:

> Ora, todos os imperativos comandam ou hipoteticamente ou categoricamente. Os imperativos hipotéticos representam a necessidade prática de uma ação possível, considerada como meio de chegar a alguma outra coisa que queiramos — ou ao menos que seja possível que venhamos a querer. O imperativo categórico é aquele que representa uma ação como necessária por ela mesma, e sem relação a um outro objetivo qualquer, como necessário objetivamente (KANT, 1785).

O dever decorrente do imperativo hipotético é fácil de entender. Exige que adotemos os meios necessários para alcançar os fins que desejamos. O fato de respeitarmos um imperativo com vistas à satisfação de um desejo, à obtenção de algo que nos falta, parece compreensível. Porque há um implícito de compensação. Suporto o imperativo, mas alcanço o que desejo. Já o dever que decorre do imperativo categórico é de compreensão menos imediata. Afinal, esse tipo de imperativo — lembremos, o único que, para Kant, implica valor moral — não contém nenhuma condição que, se satisfeita, facultasse alguma saciedade. Por que, então, deveríamos agir de uma certa maneira, sem considerar o que pretendemos com a ação? Por que nos sentiríamos concernidos por esse tipo de imperativo? Por que teriam, para nós, força vinculante? Podemos afirmar, talvez com algum exagero, que a filosofia moral de Kant é uma resposta a essas perguntas.

A força vinculante de um imperativo como o categórico — que independe de qualquer inclinação — só pode decorrer da própria vontade que a ele se sinta submetida. Dessa forma, a autonomia da vontade, isto é, a capacidade de atribuir leis para a própria manifestação, é o princípio supremo da moralidade. Assim, a vontade é autônoma porque identifica as leis às quais se submeterá. Daí advém a possibilidade do respeito categórico. Da autonomia da vontade em relação ao mundo dos afetos. Uma autonomia para o respeito a certas leis. Mesmo que essas disponham na contramão dos primeiros.



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

Mas, e quanto à concepção dessas leis, as quais a vontade autonomamente respeitará? Ora, a faculdade apta para esse tipo de produção é unicamente a razão. Por isso, para Kant, a vontade nada mais é que razão prática. A vontade é autônoma porque a razão é autolegisladora. Essa razão pura, higienizada de experiências perturbadoras, purificada de afetos, imune aos encontros com o mundo, constitui a fonte normativa de onde emana o imperativo categórico.

Respeitando a preocupação didática que sempre foi a nossa, propomos uma comparação que Kant, ele mesmo, não faz. Acreditamos que, enquanto o dever decorrente de um imperativo hipotético é possível porque temos vontades, o dever que advém de um imperativo categórico só é possível porque temos razão. Mas por que a razão nos permitiria agir em função do que é categórico?

A investigação aqui é sobre o próprio conceito de dever. Para Kant, embora esteja inscrito no uso comum da razão prática, o dever não é um conceito empírico. Isto é, não está à mercê da experiência. Não poderia estar. Porque esta última, para Kant, não nos fornece um único exemplo inquestionável de uma ação cumprida por dever. Mais concretamente, observando a vida prática, constatamos muitas ações adequadas ao dever. Mas pairará sempre a suspeita de que a conformidade com o dever possa ter sido um resultado determinado por uma inclinação, um interesse ou um afeto. Como observa o autor: "De fato, é absolutamente impossível estabelecer, mediante a experiência, com plena certeza, um só caso em que a máxima de uma ação, aliás conforme ao dever, estribe apenas em princípios morais e na representação do dever".

Ora, não é, portanto, contemplando o agir no mundo que vamos entender porque o valor moral das ações é categórico. Afinal, na filosofia moral kantiana, quando se trata de valor moral, o que importa não são as ações que observamos — o que vemos no agir próprio e do outro —, mas os princípios internos da ação, precisamente o que não se vê. Esse agir circunstanciado que flagramos no mundo da experiência não poderia conferir à moral nenhuma universalidade.

A constatação sofista — que se reproduz na história do pensamento — de que cada sociedade tem regras morais diferentes de outras, de que o que é elogiável aqui não o é



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

alhures ou não o foi sempre, em nada perturba a reflexão kantiana. Seria difícil acreditar que o mais importante pensador da modernidade não tivesse se dado conta disso. Kant não se propõe a fazer um inventário geo-histórico das deliberações morais. Não se interessa pelo que as pessoas efetivamente consideram certo ou errado. Investiga, sim, o que é indiscutível no campo da moralidade. Propõe uma análise do que é *a priori* entre as condições de moralidade. Por isso pondera que a moral não pode se apoiar na antropologia, na sociologia, no estudo dos costumes. Porque a moral tem por objeto o dever ser, não o que é.

Assim, a moral só diz respeito aos que se servem da razão. E o dever moral ou categórico é derivado de um princípio que todo ente racional deve aceitar. Denomina esse princípio *imperativo categórico*. Kant apresenta distintas formulações desse imperativo categórico. Destacaremos duas. Bastam para esclarecer o que nos importa. Que a filosofia moral kantiana se fundamenta no desinteresse do agente. A mais consagrada dessas formulações encontramos nos *Fundamentos da metafísica dos costumes* (1785): "Aja somente conforme aquela máxima pela qual simultaneamente você pode desejar que tal ato torne-se uma lei universal".

Esse princípio indica um método de deliberação moral. Um procedimento que — quando aplicado com correção — indica se um ato é moralmente condenável ou não. Quando se cogita sobre uma ação numa determinada situação, a reflexão tem por objeto qual regra poderia ser seguida caso aquela ação fosse executada. Kant denomina essa regra *máxima*, a *máxima* do ato. Trata-se do princípio que norteia o querer de todo agente. Assim, com a aplicação desse procedimento, é possível comprovar, de maneira segura, a legitimidade de qualquer máxima da vontade. Como aplicá-lo, então?

Deve-se perguntar se se deseja que aquela regra ou máxima seja seguida por todos, em qualquer tempo e lugar. Isso a converteria numa lei universal. Se esse for o caso, aquela máxima pode ser seguida e a conduta que dela deriva moralmente autorizada. Inversamente, se o agente não julgar pertinente que a máxima que preside sua conduta seja seguida por qualquer um, então não deve segui-la ele também, porque o ato que dela decorrer é moralmente condenável. Kant está convencido de que o procedimento sugerido pelo imperativo categórico, longe de ser simplesmente uma pirueta acadêmica, confinada em tratados, destinada a salvar o absoluto, está inscrito na vida prática. A ponto de sustentar que a possibilidade de que

uma boa vontade possa — em certas ocasiões — agir contra o dever tenha de ser explicada como um erro de entendimento.

A segunda fórmula do imperativo categórico refere-se à matéria da lei. Apóia-se no argumento, kantiano por excelência, de que todo ser racional, isto é, todo homem é fim em si mesmo. Assim, entendamos bem: a vontade, faculdade de determinar-se a agir em função de certas leis, pode ser definida também como faculdade de agir em função de certos fins. Ora, os fins que nos são indicados pelas inclinações de nosso corpo sempre terão um valor relativo. Um valor não moral, portanto.

No entanto, nada impede que cogitemos sobre um fim que independa dessas inclinações. Um fim absoluto, com valor moral. Um fim que pudesse ser estabelecido, *a priori*, pela razão. Que se impusesse em qualquer situação. Esse fim seria o fundamento da lei prática. Ora, para Kant esse fim existe. É o próprio ser racional. Único capaz de propor-se fins. Todo homem, ser racional, deve ser considerado fim em si. Por isso, o teor dessa segunda fórmula é o que segue: "Age de tal modo que use a humanidade, tanto em teu nome como em nome de outro, sempre como um fim ao mesmo tempo e nunca somente como meio".

Vimos que o princípio subjetivo da moralidade é a autonomia da vontade. Esta, por sua vez, intrínseca à capacidade da razão de legislar, de ser normativa. Temos de admitir, seguindo as premissas kantianas, que uma vontade regida exclusivamente por leis que decidiu respeitar merece a alcunha de vontade livre. E, inversamente, uma vontade heterônoma, que obedece a princípios empíricos, regida pela lógica dos afetos, deverá ser nomeada servil ou escrava.

Mas, se todos os outros entes da natureza são regidos pela necessidade, isto é, existem como só poderiam existir dadas certas condições materiais, por que o homem, por ser racional, seria livre para determinar sua própria ação? Por que não acreditar que os conteúdos de consciência, as coisas que nos passam pela cabeça e que usamos para deliberar também não são regidas pela necessidade, também não são as únicas que poderiam nos ocorrer, dadas todas as condições fisiológicas que caracterizam as nossas relações com outros corpos na existência?

O natural seria pensar que todo fato está inscrito na esfera da sensibilidade. E que a razão só conhece fatos quando o corpo do qual faz parte é afetado por outros corpos.



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

Empiricamente afetado, como diz Kant. Pois é isso mesmo que Kant defende, do ponto de vista teórico. No entanto, defende que, no campo da razão prática existe um único fato — o fato da razão — que escapa à lógica dos afetos, isto é, que não é de origem empírica. Este fato constitui o ponto nevrálgico para a demonstração da realidade do moral.

Resta-nos invadir este ponto. Em que consiste esse fato da razão? O fato da razão pura prática consiste na consciência da lei moral. Que este fato pertence à *razão* não representa dificuldade. Afinal, só essa faculdade, a da razão, é capaz de representar-se princípios. O fato de se tratar de uma razão *prática* também *va de soi,* posto que a lei moral se refere à máxima da ação. Já no que diz respeito à *pureza* dessa razão prática, alude Kant ao fato de que a razão dita a lei moral *a priori*, isto é, sem recorrer, em momento algum, a dados colhidos na experiência. O que o autor não esclarece é em que sentido tudo isso constitui um *fato* de razão.

Kant fornece exemplos de aplicação desse imperativo categórico. Todos consagrados na literatura. A menção se faz obrigatória. Porque indicam problemas concretos que o autor pretendia resolver por meio da construção de seu edifício teórico. Interessa-nos a questão da mentira. Suponha que alguém precise de dinheiro. Sabe que ninguém emprestará, a menos que prometa saldar sua dívida. Mas também sabe que não será capaz de saldá-la. O que faz? Mente e obtém o dinheiro ou não mente. Na hipótese de optar pela mentira, a máxima do ato seria: quando precisar de um empréstimo, prometa pagar de volta, mesmo sabendo que não poderá fazê-lo.

O nosso herói devedor, em plena deliberação moral, recorre ao procedimento sugerido pelo imperativo categórico. Poderia essa máxima converter-se em lei universal? Kant conclui que não. Afinal, convertida em lei universal, ninguém mais acreditaria na promessa do pagamento. Ninguém emprestaria. Tornar-se-ia inútil prometer a quitação. Em palavras de Kant: "ninguém acreditaria mais no que foi prometido e zombaria de qualquer declaração como essa como uma pretensão em vão".

Para Kant, mentir corresponde à destruição do indivíduo na qualidade de ser humano. A relevância atribuída à mentira é tal que a ela consagrou um artigo específico: "Sobre o suposto direito de mentir por motivos altruístas". Vimos que para que a mentira seja eficaz não pode ser convertida em lei universal. O êxito da mentira depende da crença na verdade. Assim



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

resumiríamos em quatro proposições a aplicação do imperativo categórico a qualquer mentira: devemos executar apenas aquelas ações que são conformes a uma máxima universalizável; se tivéssemos de mentir, estaríamos seguindo a regra "é permitido mentir"; essa regra não poderia ser adotada universalmente, porque seria auto-refutável e a ação mentirosa inócua; então não devemos mentir.

Há, contudo, um problema nesse argumento. Quando mentimos supondo que os efeitos da mentira seriam melhores que os da verdade. Somos tentados a fazer exceções à regra contra mentir porque, em alguns casos, acreditamos que as conseqüências da honestidade seriam ruins e as conseqüências da mentira, boas. Esse argumento é refutado por Kant. Afinal, não podemos saber, no momento da deliberação moral, isto é, antes de agir, quais serão efetivamente as conseqüências de nossa conduta. Não podemos, portanto, ter certeza do valor de seus efeitos. Os resultados de mentir podem ser inesperadamente ruins.

Ora, seria absurdo agir equivocadamente — isto é, mentir, podendo agir corretamente — ou seja, dizer a verdade — em nome apenas de uma suposição, potencialmente também equivocada. Reza a moral kantiana que devemos evitar o mal que está ao nosso alcance. Isto é, a mentira. E deixar seus efeitos em mãos da contingência, das quais ela não sairá mesmo. Mesmo se elas se mostrarem ruins, teremos agido corretamente naquilo que nos cabia deliberar.

Esse célebre argumento funda-se numa concepção pessimista do alcance de nossas inferências. É certo que não podemos ter, no momento da deliberação, uma certeza absoluta do seu efeito. Alguém sempre argumentará, como Hume ou Popper, que os nexos de causalidade são só um hábito da ocorrência de um fenômeno depois de outro; e que as leis são refutáveis, pois nada garante que uma seqüência verificada mil vezes seguidas se reproduzirá na milésima primeira. Por isso, não podemos saber ao certo o que acontecerá se nos precipitarmos pela janela do décimo quarto andar do prédio em que redigimos esse trabalho.

A notícia produz efeitos sociais. Na impossibilidade de encontrar todo o mundo, sem mediações, somos dependentes de relatos. E os meios de comunicação detem a legitimidade para definir a atualidade que importa. Mas nem todos os fatos viram notícia. Não há espaço. Então, o jornalista tem que selecionar. Discriminar o que é jornalístico e o que não é. Por isso, o jornal simplifica o real. Permite uma certa discussão no espaço público.



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

O jornal poderia ser outro. A notícia também. Daí a responsabilidade do jornalista por definir o mundo que vira notícia. E por oferecer as claves de interpretação legítima desses fatos. No caso deste parecer, uma prática parlamentar consolidou-se por décadas. Durante este período, os editores não reconheceram nesta prática valor de notícia. Quer por lacuna investigativa, quer por desdém pelo tema. Recentemente, a mesma prática que nunca havia despertado indignação converteu-se em furo e escândalo nacioanal. A responsabilidade do jornalista é grande. Afinal, por que ter ignorado o tema por tanto tempo ? Por que trazê-lo à baila só agora ? Essa nova direção editorial produz danos de imagem, faz oscilar a relação de forças do jogo político. Converte o tema em agenda pública e propõe uma discussão em termos de espetáculo.

Os temas discutidos no cotidiano são determinados pelas mensagens da mídia. É o que prevê a hipótese do *agenda setting*. Trata-se de uma das formas possíveis de incidência dos meios de comunicação de massa sobre a sociedade. É um dos efeitos sociais da mídia. Segundo essa hipótese, a mídia, pela seleção, disposição e incidência de seus produtos, determina os temas sobre os quais o público falará e discutirá.

Ao nos impor um menu seletivo de informações como sendo "o que aconteceu", a mídia impede que outros temas sejam conhecidos e, portanto, comentados. Decretando seu desconhecimento pela sociedade, condena-os à inexistência. Nesse sentido, o menu da mídia, porque é o único temário comum de agentes sociais em comunicação, é o que apresenta maior incidência nas comunicações interpessoais. Algumas ressalvas, no entanto, parecem fundamentais.

A imposição dos temas mais comentados nas comunicações interpessoais é constatada por pesquisas em grandes universos sociais. Isso não significa que nas manifestações de indivíduos considerados isoladamente esses temas sejam preponderantes. Um pai comenta com seu colega de trabalho que seu filho quebrou a perna. Ou um funcionário explica ao chefe as razões de seu atraso. Esses temas, pertencentes a uma agenda pessoal, não foram impostos pela mídia.



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

No entanto, quando consideramos um grande universo social a incidência de um tema específico da agenda privada torna-se estatisticamente desprezível, porque só as pessoas que pertencem ao mesmo círculo imediato de relações dele terão ciência e poderão comentá-lo. Também é evidente que, como esse pai ou funcionário, os demais agentes sociais discutem sobre temas não mediatizados (ou seja, não veiculados por um meio de comunicação). Nesse sentido, as pessoas conversam muito mais sobre esses do que sobre temas mediatizados.

A investigação sobre as manifestações discursivas em sociedade denuncia, além desses temas – circunscritos às relações interpessoais específicas –, a existência de temas comuns a grande parte dos agentes sociais. Estes são os impostos pela mídia. Ao se analisar uma tabela de incidência temática, ou seja, dos temas mais presentes nas discussões sociais, tem-se a impressão de que só se fala sobre esses temas, porque são os únicos comumente presentes no infinito número de comunicações interpessoais. Assim, macrossociologicamente, a mídia impõe os temas mais discutidos, o que não acontece na trajetória singular de um agente social.

Antes de os especialistas em comunicação sistematizarem a especificidade desse efeito da mídia sobre o conjunto da sociedade, os profissionais da política já se serviam da filtragem e imposição, de certa forma denunciando sua presença. Um exemplo interessante vem descrito nas páginas da autobiografia do jornalista americano Lincoln Steffens (1931). No capítulo "I make a crime wave", conta que trabalhava para o jornal nova-iorquino *Evening Post*. Observou que muitas histórias pitorescas contadas nas delegacias da cidade não eram publicadas nas páginas policiais dos diários. Quando uma dessas histórias envolveu uma família conhecida, Lincoln decidiu publicá-la. Foi um "furo" que incentivou os demais jornais da cidade a adotar o mesmo expediente e assegurar cotidianamente a publicação dessas histórias policiais menos comuns. Ora, o súbito aumento de relatos de crimes em jornais causou o que foi chamado na época de "crime wave". O público e as autoridades passaram a considerar a criminalidade um tema ainda mais relevante, sem que nenhum aumento estatístico no número de crimes tivesse ocorrido. Criou-se uma falsa sensação de aumento da criminalidade em função de uma alteração no mecanismo de canalização das notícias.



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

Da mesma forma, durante os primeiros três meses de 1994, 37% dos texanos responderam que o problema mais importante dos Estados Unidos é o crime. Neste período, 292 reportagens sobre esse tema foram publicadas nos dois principais jornais do Texas: *Dallas Morning News* e *Houston Chronicle* (Ghanem, 1996). Apesar dessa significativa incidência na mídia, as taxas de criminalidade encontraram-se em franco declínio, nos Estados Unidos. Texas não foi exceção. Cobertura excessiva também se verificou, de junho a agosto de 2001 nos Estados Unidos, a um assunto inusitado: ataques de tubarões. A revista *Time*, de maior tiragem no país, deu capa para o tema. Mas especialistas logo apontaram que não havia correspondente na realidade. Segundo editorial do *New York Times*, entre 1990 e 1997, 28 crianças norte-americanas foram mortas em acidentes domésticos com televisores. Apenas 7 pessoas, durante todo o século XX nos Estados Unidos, foram mortas por tubarões. Oportunidade para uma *boutade* de McCombs (2004): ver o filme "Tubarões" na televisão é mais perigoso do que nadar em mar aberto.

Fixar a agenda é fixar o calendário dos acontecimentos. É definir o que é importante e o que não é. É chamar a atenção sobre certo problema, destacar um assunto mesmo que se trate de uma piada. É criar o clima no qual será recebida a informação. É fixar não só o que vai ser discutido, mas como e por quem. Assim, é fácil perceber que a divulgação do salário de um alto executivo de uma multinacional ou de um deputado ao lado dos cachês recebidos por um megastar do *show business* produz efeitos completamente distintos do que se essa publicação for feita ao lado de uma matéria que trate da atualização do salário mínimo.

> Cultura do simulacro, técnicas de construção do verossímil e efeito real são algumas expressões usadas pela doutrina para analisar o fazer jornalístico, a produção da notícia e o que seus agentes pensam do próprio trabalho. Esse tema ganha relevo com o aumento progressivo dos fatos geradores de notícia, decorrente — em grande medida — do aumento da população e da facilitação progressiva dos encontros entre agentes sociais. O assunto se torna cada vez mais relevante em face da comentada possibilidade, facultada pelas novas tecnologias, de tornar o relato de qualquer um acessível rapidamente por qualquer um.
>
> Mas nossa reflexão tem por objeto o agir profissional. Na verdade, o discurso sobre esse agir. O aumento dos fatos geradores de notícia enseja um incremento correspondente



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

de notícias, reportagens, entrevistas e matérias informativas em geral. Esperávamos que em face de um real cada vez mais complexo, o profissional da notícia destacasse seu papel seletivo. A competência, socialmente reconhecida, que tem de discriminar o fato jornalístico do fato que não merece esse estatuto.

Esperávamos que, ao falar do próprio trabalho, o jornalista assumisse a responsabilidade de fazer surgir um jornal que era pura possibilidade antes da sua intervenção. Uma possibilidade entre infinitas outras, preteridas por ele. Responsabilidade de preterir. De condenar a ocorrência ao não-jornal. Hipótese não verificada. Pelo contrário. Servindo-se das categorias jornalismo "opinativo", "informativo" e "interpretativo", confina na primeira categoria toda atribuição de valor. Assegura que nas outras duas o mundo aparece, ou pelo menos deveria aparecer, tal como é.

Essa avalanche informativa só pode se dar em detrimento dos espaços opinativos. No Brasil, essa tendência se acentuou após 1964. A censura e o "movimento de concentração das empresas jornalísticas, acabando com os pequenos jornais políticos, contribuiu para esse fenômeno" (BARRAT, 1992). O aminguamento do jornalismo opinativo durante os periódicos de exceção não é uma especificidade brasileira. Carlos Barreira (1993), analisando as relações da imprensa espanhola com o poder político durante as sucessivas fases da ditadura franquista, observa o mesmo fenômeno. A repressão a opiniões "não gratas" desenvolveu junto aos diretores de jornais "um sexto sentido encarregado de captar as possíveis reações de setores políticos e militares hipersensibilizados nesta matéria".

Além do decréscimo quantitativo, observam-se nas últimas duas décadas um progressivo isolamento formal das matérias opinativas — editoriais e artigos assinados — em páginas específicas do jornal. Esse isolamento coloca em destaque a "objetividade" aparente dos demais artigos. Se a opinião está formalmente marcada, o restante também se torna formalmente discriminado: define o que não é opinativo, não é subjetivamente marcado, faz existir o que é "simplesmente informativo".

Assim, cada vez mais, a imprensa escrita marca simbolicamente os textos que expressam uma opinião (individual ou do jornal), apartando-os assim dos textos ditos "informativos". No jornal *O Estado de S. Paulo*, as páginas 2 e 3 do primeiro caderno são



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

dedicadas a artigos assinados e editoriais, respectivamente. Não bastando o nome da personalidade que redigiu o artigo, o jornal faz questão de destacar o rosto do autor, evidenciando a subjetividade, fazendo crer na objetividade do resto marcando a ruptura simbólica entre ambos. Do mesmo modo, a *Gazeta Mercantil*, tradicional diário dedicado a temas econômicos, ilustra os textos assinados com um "bico-de-pena" ilustrando o rosto do autor. O noticiário "normal" é anônimo, sem faces.

Surgem, assim, a partir de uma categorização dos discursos analisados, dois aspectos distintos da "objetividade aparente": o primeiro refere-se à *forma* do produto mediático "informativo puro" em relação aos demais ("opinativo", "interpretativo", "publicitário"); o segundo diz respeito ao *conteúdo* temático do conjunto da produção mediática informativa.

A produção jornalística é, antes de tudo, um processo ininterrupto de formalização. A objetividade aparente da informação é conseqüência dessa "racionalização" que faz crer na economia da criação e do improviso. Toda objetivação, ao exibir publicamente algo que se sentia de forma confusa, produz o efeito conseqüente de "encobrir" não só quem objetivou com que interesses e obedecendo a quais estratégias, mas também as condições sociais que permitiram a objetivação.

Sobre esse tema, Pierre Bourdieu (1987, p. 103) explica:

> a forma, a formalização e o formalismo não agem somente em função de sua eficácia específica, propriamente técnica, de esclarecimento e racionalização. Há uma eficácia propriamente simbólica da forma. A violência simbólica, cuja realização por excelência é sem dúvida o direito, é uma violência que se exerce, poderíamos dizer, nas formas e colocando formas. Colocar forma é dar a uma ação ou a um discurso a forma que é reconhecida como conveniente, legítima e aprovada, ou seja, como podemos produzir publicamente, diante de todos, uma vontade ou uma prática que, apresentada de outra maneira, seria inaceitável. A força da forma, esta *vis formae* da qual falavam os antigos, é esta força propriamente simbólica que permite à força se exercer plenamente, fazendo-se desconhecer enquanto



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

> força e fazendo-se reconhecer, aprovar e aceitar pelo fato de se apresentar sob a aparência de universalidade, de razão ou de moral.

A forma "enquadra" toda mensagem e converte-se em mensagem, portanto. Uma poesia, um capítulo do Código Civil, um artigo publicado em uma revista especializada em física nuclear, uma crônica em um jornal, um bilhete com uma declaração amorosa, são todos textos escritos. No entanto, as diferenças formais produzirão efeitos discrepantes.

Os meios de comunicação e seus produtos podem assumir diversas formas. Se durante muito tempo só o conteúdo das mensagens mediáticas interessava aos pesquisadores, é forçoso admitir que, nas últimas quatro décadas, as formas dos meios de comunicação, suas características técnicas e seus efeitos específicos foram alvo de abundante doutrina. Assim, autores como Innis, McLuhan e Baudrillard destacaram a importância da forma na produção dos efeitos que comumente se atribui aos meios de comunicação.

Em 1950, o canadense Harold Innis (professor de economia política da Universidade de Toronto) publica *Empire and communication*s e, um ano mais tarde, *The bias of communication*. Nos dois livros, analisa a importância dos meios de comunicação em diferentes modelos de sociedades. Innis procura demonstrar a influência dos meios de comunicação (eles próprios, e não suas mensagens) sobre a natureza do saber e a distribuição de poder entre os grupos sociais nas distintas civilizações. Precursor evidente das teses de McLuhan, Innis estabelece uma relação entre as características de cada civilização e os meios de comunicação por ela utilizados.

A evolução das civilizações se compreende como função dos meios de comunicação predominantes. "Se as civilizações existem por controlar o tempo e o espaço, o 'preconceito da comunicação' é a tendência espacial ou temporal dos meios que estabelece os parâmetros para a disseminação do conhecimento no tempo e no espaço" (CZITROM, 1985, p. 179). A cada civilização corresponde um contexto comunicacional caracterizado pelo monopólio de saber de um grupo que controla um meio de comunicação específico. Essas considerações serviram de pano de fundo para uma das mais instigantes e contestadas obras sobre os meios de comunicação.



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

Marshall McLuhan é um exemplo de autor polêmico e aceito com reservas pela comunidade científica, em função de sua postura intelectual e de seu estilo. Canadense, professor de letras na Universidade de Toronto, procurou em seus trabalhos compreender a influência dos meios (eles mesmos) sobre os indivíduos e a evolução das sociedades. Por meio de especulações atrativas e servindo-se das considerações de Innis e, ainda que de forma mais tímida, de Eric Havelock, McLuhan atribui às características formais dos meios de comunicação a prerrogativa de motor da história e das organizações sociais. Ao enfatizar o papel desempenhado pelos meios de comunicação ("o meio é a mensagem"), ele relativiza a importância do conteúdo das mensagens veiculadas. Importaria para ele menos o tema tratado em um programa televisivo ou em jornal que a televisão e o jornal eles mesmos como meios de comunicação.[12]

Os aspectos técnico-formais dos meios são a mensagem porque são contundentes, produzem efeitos. Cada meio, para McLuhan, desenvolve uma faculdade física ou intelectual específica: a radiodifusão, a voz; a televisão, a visão, etc. Neste ponto, McLuhan se distancia de Innis. Enquanto Innis se interessava fundamentalmente pela relação entre os meios e a organização social, McLuhan procurou focar sua análise sobre os efeitos da tecnologia, da forma dos meios de comunicação sobre os sentidos. Assim, ao fazer apelo a canais fisiológicos específicos, os meios influem no equilíbrio psicofísico de seus receptores, na personalidade dos indivíduos e na cultura em geral. Nessa perspectiva, McLuhan divide a história da humanidade em quatro etapas (oral, escrita, tipográfica e eletrônica), cada uma marcada pela predominância de um meio de comunicação específico.

Sem cair no determinismo da tecnologia, demonstraremos em que medida a objetividade aparente se manifesta na forma do jornalismo moderno por meio de textos e de imagens.

O texto informativo, mais que uma codificação escrita ou falada, é um gênero jornalístico que produz efeitos específicos: um tipo de expectativa e um "efeito real". Analisemos cada um desses elementos.

Toda codificação é um processo no qual se traduz uma mensagem em um

[12] Para aprofundar a análise, ler a coletânea organizada por Kenner (1968) e Pereira (2004).



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

sistema de signos. Esses signos, para serem percebidos, devem pertencer a um repertório convencional e devem manter uma organização. Codificar é reduzir o fluido, o impreciso, o disperso, a flexibilidade das fronteiras, e produzir visões claras. "A codificação torna as coisas simples, claras, comunicáveis, ela torna possível um *consensus* controlado sobre o sentido. Assegura-se dar o mesmo sentido às palavras" (BOURDIEU, 1987, p. 101). Assim, o uso da linguagem implica um consenso quanto aos significados dos signos e símbolos lingüísticos.

Nesse sentido, a linguagem e a comunicação se apresentam como instrumentos privilegiados de construção da realidade social. Esta só é possível graças à interação entre os indivíduos possibilitada pela comunicação. Essa tradição, iniciada por Schutz, foi desenvolvida por Berger e Luchmann (1979), para quem

> a linguagem usada na vida cotidiana proporciona continuamente as objetivações indispensáveis e dispõe a ordem dentro da qual a vida cotidiana tem significado. Dessa maneira, a linguagem marca as coordenadas de minha vida na sociedade e preenche esta vida de objetos significativos.

Quanto ao nosso campo de estudo, podemos dizer que a construção da realidade social é a própria produção de sentido levada a cabo por todo o processo produtivo, desde a entrada da informação potencial e a canalização temática até a codificação e a formalização do produto informativo.

A informação jornalística quase sempre é transmitida em código lingüístico. Não está excluída a comunicação não-verbal. Quando o apresentador de um jornal televisivo sorri após transmitir uma informação, também está codificando uma mensagem. As mensagens não-verbais interagem com a palavra — os códigos lingüísticos — para reforçá-la, alterá-la ou negá-la. É nesse sentido que Paul Watzlawick e outros (1972) distinguem "conteúdo" e "relação":



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

> uma mensagem, em seu aspecto de "índice", transmite uma informação; na comunicação humana, esse termo é então sinônimo de "conteúdo" da mensagem. Ele pode ter por objeto tudo o que é comunicável. O aspecto "ordem", em contrapartida, designa a maneira segundo a qual devemos entender a mensagem, ou seja, a "relação" entre os parceiros. Dizer: "isto é uma ordem" ou "eu estava brincando", são exemplos verbais dessa comunicação sobre a comunicação. A relação pode também se exprimir de maneira não-verbal, por gritos, sorrisos e uma infinidade de outras maneiras. A relação pode também se compreender perfeitamente em função do contexto onde se efetua a comunicação, por exemplo, entre soldados em uniforme ou numa pista de circo.

Não é incomum que os manualistas de jornalismo ignorem em suas lições a especificidade do texto escrito em relação ao falado e vice-versa, talvez porque o lugar ocupado pela escrita no processo de comunicação seja controverso, sobretudo quando se tenta precisar seu grau de subordinação em relação à fala.

A especificidade da codificação "texto informativo" transparece graças a um conjunto de características distintivas das demais manifestações ou "gêneros jornalísticos". O gênero informativo é um gênero jornalístico comumente ombreado pelos gêneros interpretativo e opinativo. Essa divisão foi adotada na distribuição das disciplinas pela maioria das escolas de jornalismo. Trata-se de uma tipologia clássica, repetida com sutis variantes, pela quase totalidade dos manualistas que se dedicam ao tema.

Reza a boa e sã doutrina para cursos de graduação que a principal característica do "jornalismo informativo" é a busca do fato, despido de valorações, adjetivações ou da opinião pessoal do jornalista. Como vimos, essa busca, ainda que apoiada em um conjunto de técnicas de codificação, é inócua. No entanto, o resultado obtido — a informação com aparência de objetividade — tem grande importância na persuasão. A relevância científica da "objetividade aparente" é que, embora não garanta nenhuma correspondência entre o mundo e sua notícia, produz efeitos. Com muita freqüência, especialistas em comunicação, quando



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

indagados sobre a objetividade informativa, limitam-se a denunciar sua impossibilidade. Apesar de a objetividade "pura" ser impossível, sua aparência, decorrente do "efeito real" produzido, tem conseqüências em todo o sistema informativo.

A objetividade aparente é característica do texto informativo, por sua estrutura, seu léxico, seus limites e também sua posição entre os demais produtos da mídia. O texto informativo, como qualquer enunciado, é um processo específico de individualização da linguagem enquanto código de significação. Quando um jornalista redige uma matéria, materializa um processo ininterrupto de escolhas e de eliminações que acabam constituindo uma mensagem entre uma infinidade de possibilidades preteridas. Além das escolhas estritamente formais de sintaxe e léxico, opera-se uma seleção temática.

Essa seleção é um imperativo. O limite do número de toques ou de segundos é necessariamente redutor do real, de seus eventos e nexos de causalidade. Redutor de sua complexidade. Ao oferecer de forma mais ou menos consonante um conjunto limitado de temas, um "menu" temático comum, permite-se ao sujeito dominar uma realidade social simplificada.

A essa simplificação, Niklas Luhmann (1975, p. 71) denomina "tecnificação do mundo da vida". A seleção temática operada pelos meios dá aos agentes sociais algo em comum para discutir. Permite, dessa forma, a interação social[13], a conversa sobre temas previamente canalizados. Quando um físico nuclear comenta com o professor de música da universidade onde trabalha sobre a contratação de um jogador polêmico pela equipe local, está interagindo em função de uma canalização prévia operada pelos meios. Se a seleção temática tivesse sido outra, provavelmente a interação entre esses dois agentes sociais dar-se-ia de outra forma, ou nem aconteceria.

Portanto, a canalização de temas é um procedimento inerente a toda atividade mediática e produz efeitos junto ao grupo social consumidor. As distintas fases desse procedimento foram elencadas por vários especialistas.

Rositi (1978) discrimina a seleção temática em três níveis distintos: o primeiro é o direito de acesso, direito a entrar no circuito informativo, a participar da definição

[13] Sobre esta questão, ler Navas (1988).



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

dos temas potencialmente mediatizáveis; o segundo nível é de hierarquização. Requer uma ordem de valoração temática. A repetição diária dos mesmos critérios acaba por estabelecer uma hierarquia de prioridades para as diversas classes de temas potencialmente mediatizáveis; o terceiro nível é a seleção dos grandes temas sobre os quais concentrar a atenção pública.

Os meios, entretanto, não se limitam a oferecer e impor com maior ou menor incidência esse mínimo denominador comum de temas. Oferecem também as opiniões dominantes e dominadas sobre esses temas. Sugerem o ônus social de uma eventual "tomada de posição" em público. Definem o custo e o benefício de qualquer manifestação no espaço público.

Mais ainda. Oferecem as palavras a serem utilizadas para abordar os distintos temas e, no longo prazo, um universo simbólico que participaria não só da recepção dos produtos mediáticos, mas de toda a percepção do real. Esse conjunto de imposições só é possível graças à especificidade do trabalho mediático, em que a arbitrariedade das escolhas não aparece como tal para os consumidores.

De fato, a apropriação individual da linguagem — a mediação do sujeito entre o código e um enunciado específico — poderá estar mais ou menos explícita, mais ou menos evidente. A informação jornalística é apresentada como uma representação do real desmediatizada. Por permitir o acesso ao objeto, entendido como tudo o que é e acontece na realidade fenomênica, a linguagem pode produzir um maior efeito real junto ao receptor.

A redação, como trabalho produtivo, perde, com essa desmediatização aparente, seu caráter artesanal, desenvolvido em longa atividade intelectual e coletiva. Ganha, por outro lado, em tecnicidade aparente. Não espanta que a ação jornalística seja apresentada como "um conjunto de técnicas e de códigos que se ensina" (LEMAIRE, 1989, p. 80). Van Dijk (1988) sistematiza as estratégias retóricas da atividade periodística, visando assegurar a objetividade aparente e a verossimilhança do texto informativo:

1. Estilo impessoal freqüentemente anônimo. O leitor desconhece o autor do texto informativo. Esse efeito de anonimato é mais perceptível quando



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

contrastado com os traços de autoria característicos dos artigos assinados.

2. Predomínio de dados constitutivos do fato: nomes, datas, índices, cifras, horários. Simultaneamente, busca-se evitar a adjetivação, sempre denotadora de uma valoração por parte do autor.

3. Citação das fontes da informação ou da pluralidade de pontos de vista que há sobre determinado tema.

4. A utilização de uma forma (pirâmide invertida) que supostamente dá ao texto um tratamento neutro e objetivo.

Mesmo as diferenças de estilo de redação, crescentemente limitadas pelas regras de estilo impostas pelas empresas jornalísticas, representam hoje um "jogo de códigos", ou mesmo infrações "que a lógica simbólica e certos formalismos podem vislumbrar e traduzir em metalinguagem" (GRANGER, 1968).

Dessa forma, descobre-se no processo de codificação mediática um "sentimento de realidade" porque se cria esse sentido. Essa produção de sentido está necessariamente ligada à situação de comunicação em que ocorre a transmissão concreta ritualizada, bem como à coerência interna da construção, convertida em modelo de realidade. Este último minimiza, aos olhos do receptor, a subjetividade inerente ao trabalho de codificação. Nesse sentido, constitui-se um produto cuja oferta no mercado informativo gera expectativa por parte do consumidor.

Claridade de exposição, simplicidade de estruturas, limitação léxica, velocidade de leitura e atualidade dos temas são algumas características do jornalismo informativo que justificam a objetividade aparente e produzem o efeito real, porque escondem o arbitrário das escolhas que lhes dão origem. O efeito real, como ilusão de real causada pelo trabalho de formação simbólica, será tanto mais perceptível quanto menos evidente for a mediação do autor enunciado. Essas características e efeitos ritualizados no consumo acabam por produzir um conjunto de expectativas junto ao receptor que, por sua vez, (re)determinarão o permanente processo seletivo da produção mediática.



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

Qualquer escolha — seja ela temática, sintáxica ou léxica — será entendida como óbvia, portanto não aparente, quanto mais ela representar uma solução esperada pelo receptor. Ou seja, a subjetividade da produção mediática, como interface entre a linguagem e o enunciado, será tanto mais explícita quanto maior for a ruptura com a expectativa do receptor.

A aparência de objetividade ritualizada — em algum produto mediático ou em um segmento específico deste — gera no receptor um conjunto de expectativas. Entre elas a de que as regras da objetividade sejam mantidas. Constata-se assim a existência de um acordo tácito entre produtor e consumidor, fundado numa delegação de poderes cujo principal controle é o consumo, habitualmente denominado "pacto de leitura". São regras de um acordo cuja codificação assume sua forma mais acabada com os manuais de redação e estilo.

Admitamos que um jornal diário consagre durante anos quatro páginas específicas para informações internacionais. Essa produção ritualizada gera uma expectativa de manutenção dessas distribuição e localização informativas por parte do leitor. No caso de ruptura, de alteração súbita dessa norma, o produtor mediático informativo quebra seu próprio anonimato. Denuncia a possibilidade de fazer diferente. Que o jornal sempre pode ser outro. Que há deliberação ininterrupta. E, portanto, responsabilidade.

Da mesma forma, veracidade informativa gera expectativa de continuidade e credibilidade. Em caso de frustração, a credibilidade entra em processo de erosão. É o que bem ilustra o caso de Janet Cooke[14], premiada com o Pulitzer de 1981 por uma reportagem informativa totalmente inventada. A jovem jornalista do *Washington Post* publicou o retrato dramático de "Jimmy", um garoto de 8 anos viciado em heroína por incentivo de seu próprio padrasto, um narcotraficante. O relato sensibilizou a polícia de Washington, que exigiu a verdadeira identidade da família. Pressionada, a repórter alegou risco de vida para a fonte, ao mesmo tempo em que concorreu ao Pulitzer. Depois da conquista do prêmio, foram levantadas suspeitas de que o conteúdo de seu relato seria falso. Para evitar uma longa investigação policial, Cooke confessou aos editores do *Washington Post* que a história de Jimmy fora fabricada a partir de depoimentos coletados junto a assistentes sociais que testemunhavam essa realidade. A ficção torna-se pesadelo para a jornalista, que se vê obrigada a devolver o prêmio. O jornal tem sua

[14] Este caso foi relatado por Day (1991).



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

reputação abalada. Tentando minimizar o descrédito, o *ombudsman* do jornal publicou uma explicação de cinco páginas sobre o caso.

Outra expectativa gerada pela recepção ritualizada da mídia é a da atualidade temática. Atualidade e expectativa de atualidade decorrem da própria lógica concorrencial do campo jornalístico enquanto espaço social produtor de um bem efêmero e perecível como a notícia. Como explica o professor Miguel Urabayen,

> a referência à atualidade, implícita no termo *notícia*, se estende igualmente aos outros componentes do 'que' informativo. Assim, os dados não podem ser quaisquer, deverão estar relacionados com o momento atual. Os índices da bolsa, as temperaturas em diversas cidades, a chegada e saída de barcos e outras informações semelhantes só são jornalísticas se se referirem ao presente imediato, quer porque correspondem aos dias da publicação que o trata, quer por estarem relacionados (comparativamente, por exemplo) com eles. Os dados que não são atuais não interessam à informação jornalística, pertencem à história, seja geral ou de aspectos determinados.

O processo tecnológico e os imperativos econômicos forçaram uma agilização da produção informativa que permite ao jornalista trabalhar em "tempo real", ou seja, não só como testemunha, mas também como ator dos acontecimentos. A cobertura informativa deixa de ser simplesmente um registro de fatos passados e passa a agir sobre os fatos que estaria adstrita a relatar. A cobertura de uma guerra, por exemplo, tem efeitos sobre seu desenrolar e acaba integrando-se à própria guerra como objeto de luta. A atualidade, assim, passa a ser elemento central na competição a que se entregam os atores jornalísticos dentro de seu campo.

Assim explica Pierre Bourdieu (1994, p. 5):

> [No campo mediático] a concorrência pela clientela tende a assumir a forma

> de uma concorrência pela prioridade, ou seja, pelas notícias mais novas (o furo de reportagem). A coação do mercado só se exerce por intermédio do efeito de campo: com efeito, muitos desses furos, que são buscados e apreciados como armas na conquista da clientela, acabam por ser ignorados pelos leitores ou espectadores e por ser percebidos apenas pelos concorrentes (os jornalistas são os únicos a ler o conjunto dos jornais). Inscrita na estrutura e nos mecanismos do campo, a concorrência pela prioridade chama e favorece os agentes dotados de disposições profissionais destinadas a colocar toda a prática jornalística sob o signo da velocidade (ou da precipitação) e da renovação permanente. Disposições permanentemente reforçadas pela temporalidade da prática jornalística que, obrigando a viver e a pensar o dia-a-dia e a valorizar uma informação em função de sua atualidade, favorece uma espécie de amnésia permanente, que é o lado negativo da exaltação da novidade e também uma propensão a julgar os produtores e os produtos em função da oposição entre o novo e o ultrapassado.

A contemporaneidade do tema em relação ao produto começa a justificar sua presença e, de certa forma, ajuda a camuflar o processo arbitrário de seleção. Para o receptor o tema foi abordado, entre outras razões, porque é atual e não porque foi escolhido pelo editor entre outros temas atuais possíveis. A mediatização de um tema não atual, por romper com a expectativa de atualidade do receptor, teria de ser expressamente justificada, trazendo à luz a escolha.

Se a recepção mediática ritualizada gera um conjunto de expectativas ligadas à objetividade aparente, não se pode esquecer que outros tipos de expectativas também são estruturados em função da mesma recepção. A leitura diária de um comentário assinado por algum articulista ou colunista pode ser a principal motivação da aquisição e leitura do jornal.

A construção do valor social de uma coluna, diferentemente da "informação pura", em que o anonimato do autor é regra e condição dos efeitos da produção, depende da



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

legitimidade do colunista e, portanto, da posição por ele ocupada no subcampo das grifes jornalísticas. Isso porque a crença no valor de qualquer manifestação cultural depende da aceitação tácita de uma "ideologia carismática" que, por essa razão, está na origem do funcionamento da produção e circulação de bens culturais. Dessa forma, podemos dizer que uma "coluna bem-sucedida" depende de um ajuste de pressuposições (do receptor) às posições (do jornal) ocupadas por este ou aquele profissional.

A cada forma de produção cultural explícita, como a jornalística, em que a legitimidade do autor participa da construção do valor social da obra, corresponde um segmento no campo do consumo. Esse efeito de homologia faz com que haja uma adequação objetiva entre a posição de um determinado colunista no espaço de produção mediática e a posição de seus leitores no espaço social. A adequação entre a posição do veículo (em relação aos demais) no campo mediático e um segmento de público que constitui permanentemente sua audiência também não é negligenciável. Como afirma Bourdieu (1977, p. 22), "a cada posição correspondem pressuposições, uma *dóxa*, e a homologia das posições ocupadas pelos produtores e seus clientes é a condição dessa cumplicidade".

Daí a necessidade de estendermos a investigação. Não é possível entender uma regra como a objetividade, geradora de responsabilidade em face dos demais agentes jornalistas e dos receptores, sem entender as condições materiais propriamente jornalísticas de emergência das regras desse fazer. As condições de definição do dizível, do factível, do legítimo e do inaceitável. Fica claro aqui que qualquer estudo sobre responsabilidade moral — tema filosófico clássico — deve servir-se dos aportes científicos, sociológicos, sobre as suas condições de possibilidade.

A objetividade como um tipo de mensagem se confunde com o próprio conceito de "informação". A noção de informação, como a de comunicação, é passível de múltiplas abordagens, com contornos pouco precisos. A confusão persiste quando os autores se propõem a estabelecer as diferenças entre os dois conceitos. O termo informação, em português, é polissêmico, apresentando pelo menos três significados distintos: os dados (de um certo problema ou da informática — *data),* as notícias jornalísticas (*news*) e o saber de uma forma geral (*knowledge*).



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

No entanto, a restrição da informação ao conteúdo do ato de comunicação fundamenta a análise de muitos autores. A idéia de diferenciar comunicação como processo, relação e forma de informação (conteúdo transmitido) assegura a quantificação da informação e permite mensurar a objetividade. Essa visão é hoje fortemente criticada, como veremos a seguir. Assim, se a comunicação advém da intersubjetividade (processo entre sujeitos), a informação se instituiria em relação ao real. A instituição da objetividade no espaço simbólico da comunicação se traduz na quantificação da informação, ou seja, na ênfase em seu conteúdo.

A informação traz à intersubjetividade do processo comunicativo uma nova perspectiva: a âncora no real, uma ponte entre o real e o campo da comunicação, entre "o fato e o acontecimento informativo".

Roger Clausse (1963) estabelece uma diferença entre o fato e o acontecimento informativo. Este último consiste em um fato de atualidade significativo, no sentido de que influi na vida pessoal e coletiva dos homens, comprometendo-os no fluxo da história. A passagem do fato ao acontecimento é conseguida por meio de um contorno completo do primeiro, analisando seu conteúdo, seus antecedentes e suas repercussões. Clausse busca, na fidelidade dessa passagem, a objetividade informativa.

Para Desantes Guanter (1976, p. 23),

> a informação supõe dar uma forma mental à realidade, que é o suposto prévio informativo. Uma informação realista toma como referência inicial a realidade, não a capacidade intelectiva do informador. A informação é a realidade mesma posta em forma para possibilitar sua veiculação até o sujeito receptor. A realidade é assim o paradigma, o dado primordial, o ponto de partida, a condição *sine qua non* para a informação.

Como avaliação da ruptura do equilíbrio social, a informação não se interessa pela normalidade e sim pelo que escapa ao ordinário. O fato de os trens terem chegado e saído com pontualidade em uma estação suíça qualquer entre Genebra e Lausanne tem importância



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

para os que se servem desse meio de transporte, mas, por não representar nenhuma ruptura com a normalidade, terá menos chance de ser mediatizado em informação. Escapa a esta análise (daí o seu valor meramente tendencial) a informação como prestação de serviço, em que a normalidade interessa a ouvintes ou leitores específicos.

Como explica o professor Estéban López-Escobar (1993),

> uma questão dominante na literatura científica norte-americana sobre a comunicação é a eficácia. O que interessa principalmente é conseguir que os destinatários das mensagens se comportem de uma determinada forma. Os aspectos relacionados com o intercâmbio, com o diálogo, foram ignorados por boa parte dos estudiosos da comunicação. Aprender a comunicar consiste, então, em adquirir destrezas sobre a elaboração de mensagens e o uso dos meios de comunicação para difundi-las, com o objetivo de conseguir que o destinatário se comporte como desejado. Conseqüentemente, as falhas de comunicação são, fundamentalmente, fracassos na mobilização daqueles a quem ela se dirige.

Para Bertalanffy (1975, p. 43), o conceito de informação faz referência a uma medida quantitativa da improbabilidade dos acontecimentos e das organizações. Para Orive Riva (1977, p. 110), "a informação encerra um conteúdo que, por princípio, deveria tender a ser o mais completo possível, para perfilar os traços definidores desse algo, suas propriedades, circunstâncias e dimensão semiológica". Roger Escarpit (1975, p. 133) também entende a informação como "a medida, matemática ou não, do conteúdo das mensagens que a mídia transmite". Ele distingue, assim, a informação da comunicação, entendendo esta última como sendo "um processo complexo que funciona através de determinado número de aparatos, dos quais a mídia só compõe a parte tecnológica".

Para Norbert Wiener (1969, p. 26), informação é o conteúdo do que trocamos com o mundo exterior quando tentamos nos adaptar a ele e impor-lhe nossa adaptação. Bureau e



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

Namian (1972, p. 68) definem a informação como "a substância dos dados inteligíveis de toda espécie". Para Garner (1972, p. 27), "a informação é o [conteúdo] que reduz, por intermédio de um ato de comunicação, a ignorância e a incerteza quanto ao estado de uma situação dada".

A comunicação seria, nessa perspectiva, o ato de dar, carregado de subjetividade, enquanto a informação seria aquilo que se dá (o seu conteúdo). Essa distinção entre comunicação e informação isola a subjetividade inerente à construção da mensagem no processo comunicacional e propõe que a informação, pensada como materialidade significante da mensagem, seja desprovida de subjetividade[15].

A descrição do objeto suplanta a razão do sujeito como autor do enunciado. A informação não é avaliada, aceita como tal, em um processo comunicativo (reconhecimento intersubjetivo), mas, sim, depende da referência (o real codificado) como instituidora do significado. Resta saber como medir a objetividade informativa. Quais as características que compõem esse ideal-tipo? Se a objetividade informativa não existe em estado puro na realidade, quais os critérios para detectar a maior ou menor objetividade de uma informação específica?

Uma enumeração das interpretações "positivistas", com pretensão de síntese, foi dada por Pertti Hermánus (1979). A "objetividade" se caracterizaria por seu caráter "restrito" a alguns aspectos da realidade; seria sinônimo dos conceitos de "equilíbrio" e "justiça", de "pluralidade" e de "neutralidade", um conjunto de "formulações aceitáveis por todos".

**Informação e verdade**

Para muitos deontólogos, a verdade é condição primeira da informação. Luca Brajnovic (1979, p. 37) explica que "a informação é inseparável de sua verdade, da maior exatidão possível e da realidade que transmite ou notifica. Se a informação não é veraz, ou

[15] Não são poucos os autores que se opõem a essa visão da informação e colocam em evidência a parte de subjetividade inerente a qualquer informação. Bernard Voyenne qualifica as notícias como o produto de um juízo. Para esse pensador francês, a objetividade é "um ato de inteligência" por meio do qual se constrói no mundo exterior algo que mantém existência distinta da nossa. Jacques Kayser mostra que o narrador não é um robô e que sua sensibilidade afeta sua produção, suas escolhas temáticas, seu léxico, etc.



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

carece da maior exatidão possível, não é informação". A verdade, assim, se constitui como uma norma que garante o desenvolvimento do processo comunicativo entre o codificador e o decodificador.

No caso hipotético da adoção da mentira[16] como regra do processo comunicativo, o real deixaria de ser a referência. Neste caso, a percepção da realidade seria inútil para a seqüência da relação intersubjetiva. A construção mental, que assume o papel de referência, rompe com a realidade e institui a "falta absoluta" (LEGENDRE) como única certeza do processo comunicativo. Para alguns autores, a ruptura com o real quebra o processo comunicacional.

Se a verdade, de acordo com essa ótica, é condição da comunicação, esta é indispensável para que a primeira se manifeste. Em outras palavras: não há verdade sem comunicação. A verdade é um juízo que se diz ou se escreve (é do âmbito da linguagem, da comunicação) e se interpreta. Como componente ideal-típico da informação, a verdade "não se pode dizer toda, uma vez que só os objetos podem se esgotar na sua exaustividade. A verdade é um horizonte na direção do qual tende o discurso" (LAMIZET, 1992, p. 117). Por ser uma exibição discursiva das coisas reais, "a verdade é algo segundo, subordinado. Não existe uma verdade por si só" (PIEPER, 1973, p. 144).

Ao implicar um engajamento daquele que enuncia, ao necessitar de um enunciado (ponto de passagem de um intercâmbio simbólico-comunicativo à materialidade) para aparecer na atividade simbólica do sujeito, a verdade é um tipo de apropriação discursiva que não só objetiva aquele que fala (Lacan), mas também situa seu autor nos espaços sociais que ocupa de forma estruturada (Bourdieu). Como apropriação discursiva, a verdade é tendencial[17].

Além do respeito à verdade informativa, outros parâmetros constituem o ideal-tipo da objetividade. Em alguns casos, Westerstahl (1983) relativiza a importância da verdade para a objetividade informativa. O autor e seu grupo pesquisaram o grau de respeito que a programação da *Swedish Public Broadcasting* consagra à determinação legal de imparcialidade.

[16] Acolhemos a definição de mentira como um "discurso onde deliberadamente a representação da realidade não coincide com a realidade" (DURANDIN, 1993).
[17] Propondo a verdade como um tipo de enunciado, não queremos entrar na discussão da existência de uma verdade transcendente e, portanto, independente de qualquer manifestação de subjetividade.



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

O estudo partiu do pressuposto de que a imparcialidade é possível e desejável. A metodologia utilizada foi a comparação de notícias sobre temas controversos, apresentadas supostamente de forma neutra, com a apresentação informativa do mesmo tema em outros canais. Para eles, um jornal pode conter dúzias de erros menores sem que estes influam necessariamente na apresentação do tema de maneira apreciável.

"Nas pesquisas feitas sobre debates políticos, a questão da verdade não tem interesse, uma vez que se trata prioritariamente de retratar um debate e não de analisar a validade dos argumentos expostos" (WESTERSTAHL, 1983, p. 415). Para o professor da Universidade de Gothenburg, o ideal-tipo "objetividade informativa" é composto por dois outros: a fatualidade e a imparcialidade. No momento, só nos interessa o primeiro, porque tratamos por ora de um conteúdo ideal-típico. O segundo diz respeito à postura do informador, com ênfase no sujeito e na mensagem.

**Fatualidade e imparcialidade**

Embora a separação entre ambas não seja em nenhum caso absoluta, a "fatualidade" diz respeito, sobretudo, a aspectos cognitivo-informativos, enquanto a "imparcialidade" faz alusão prioritariamente a aspectos avaliativos. A "fatualidade" (*factuality*) é analisada por Dennis McQuail (1992) segundo três características: a clara separação entre fatos e opiniões, interpretações ou comentários, mencionando as referências, nomeando as fontes e evitando abstrações e ambigüidades; a correspondência entre reportagem e realidade (*accuracy*), especialmente em questões de fato ou quantidade (números, lugares, nomes, atribuições, horários, etc.); e o número mínimo de informações relevantes para que a mensagem seja compreensível (*completeness*). Surgem dessa análise, segundo o autor britânico, três medidas da objetividade informativa: o valor da informação (*information value*), a legibilidade (*readability*) e a checabilidade (*checkability*).

Asp (1981) propõe uma medida do *valor da informação* segundo três parâmetros: densidade (a proporção de pontos informativos relevantes em relação ao total de informação em um universo informativo dado); a proporção quantitativa entre o número de diferentes pontos mencionados em relação ao total de possibilidades; e profundidade (elementos



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

mencionados que ajudam a explicar os pontos básicos).

Sem discutir seu interesse como componentes de um ideal-tipo, essas proporções se prestam à dúvida porque envolvem elementos nada precisos e que dependem da imposição arbitrária de algum tipo de critério. No caso da densidade, a relevância de um tema depende de fatores como tempo, lugar, observador e, sobretudo, receptor. Como observa Perelman (1984), o que merece ser anotado ou publicado depende inteiramente do interesse presumido dos leitores, que é essencialmente variável.

Dessa forma, um jornal esportivo poderá, sem faltar com as exigências da objetividade, se dispensar de publicar os índices da bolsa, e um jornal especializado em finanças poderá negligenciar completamente os resultados das últimas provas hípicas. Da mesma forma, quando o autor fala no número total de possibilidades (que outros chamam de "contexto"), não é fácil estabelecer seus limites. Se todo fato tem fatos-causa e fatos-conseqüência, o número total de possibilidades só se esgotaria no infinito. Essa crítica se estende a todos aqueles que associam a objetividade de um produto mediático à fiel exposição de seu contexto. Sem uma definição clara de contexto, não me parece que há algum ganho em precisão.

O segundo elemento elencado por Dennis McQuail é a *legibilidade* (*readability*). Trata-se de uma medida do grau de redundância de um texto segundo dois critérios: incidência de fatos e clareza da exposição. Textos informativos com baixa incidência de fatos tendem à redundância. Por outro lado, a mídia depende da clareza de seus produtos para reduzir a complexidade social e promover a integração.

Luis Núñez Ladevése (1991, p. 154) estabelece com propriedade a distinção entre clareza e expressividade estilística:

> A clareza é algum tipo de condição, relacionada com a função sintética da língua, intermediária entre os desenvolvimentos cognitivos e funcionais específicos e a norma culta comum, que facilita a compreensão. Por outro lado, a expressividade estilística é uma função relacionada com a capacidade que tem aquele que fala ou escreve para escolher, entre as

> distintas formas lingüísticas (principalmente léxicas e retórico-literárias ou poéticas), as mais eficazes para suscitar ou evocar determinadas representações intelectuais ou emocionais no interlocutor ou destinatário, sem prejuízo da clareza.

A legibilidade é, então, a contrapartida da clareza junto ao destinatário. Quanto maior for a clareza tendencial, menor será o custo da decodificação. Trata-se de um princípio da economia aplicado ao texto.

> Se é possível expressar uma magnitude informativa ou conteúdo mental específico em um extrato mais virtual de explicitação significativa, sem que a compreensão daquilo que foi expressado suponha nenhum esforço para o destinatário, satisfaremos uma exigência econômica da textualidade (NÚÑEZ LADEVÉSE, 1993, p. 16).

O último aspecto mencionado é a *checabilidade* (*checkability*). Quanto maior o número de unidades informativas verificáveis num texto, mais fatual ele será e, portanto, mais objetivo. Procura-se medir a possibilidade de acesso à referência que tem o destinatário da informação. Esta deve oferecer, sempre que possível, a possibilidade de verificação da referência. Mesmo se essa verificação raramente se faz, a prerrogativa de fazê-la é uma garantia para o destinatário, porque assegura a aparência de objetividade e reforça a credibilidade do veículo informador. A adesão à lógica do processo comunicativo depende dessa credibilidade, ou seja, de que a informação tenha uma efetiva âncora no real.

A prerrogativa de checar a fonte esbarra no chamado "segredo profissional" do jornalista. Em alguns casos, o jornalista não revela a fonte com o objetivo de protegê-la. Em outros, para garantir "fidelidade", num matrimônio de conveniência em que o repórter precisa da fonte, pela sua autoridade e conhecimento específico, e a fonte precisa do repórter, para divulgação e o conseqüente reconhecimento social.



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

Cabe citar a postura "herética" de Jerry Chaney (1979, p. 28) ao questionar o anonimato das fontes.

> Por que o público não se pergunta sobre a possível orientação desorientadora nas informações jornalísticas que vêem e ouvem? Não é necessário um esforço mental gigantesco para chegar à conclusão de que conhecer aquele que deu a informação pode ser tão importante quanto conhecer o que o "informante" tinha para dizer. O conhecimento da fonte afeta a credibilidade pelas qualificações da fonte para dar a informação.

Ainda sobre essa questão, Culberstone (1978) conclui que, nos Estados Unidos, quanto mais prestigioso o jornal pesquisado, maior a incidência de fontes anônimas.

No que concerne à imparcialidade, é forçoso evitar o simplismo. Está claro que não se trata apenas de detectar as diversas versões ou opiniões sobre um mesmo fato. O pluralismo na imprensa

> não corresponde a um balanço aritmético de conteúdos informativos ou de opinião, em que todas as opções políticas e ideológicas têm uma quota proporcional de positivo/negativo, normal/sensacional. Da mesma forma, em um sistema político bipartidário, não se trata de conjugar opostos. É algo mais amplo: pensando na enorme variedade de leitores e no conjunto social, onde há tantos matizes diferentes, trata-se de tentar refletir a diversidade (YRCE, 1984, p. 53).

Dessa forma, elementos como verdade, equilíbrio, checabilidade, clareza, legibilidade, eqüidistância e isenção são os mais comumente citados como componentes do ideal-tipo "objetividade" ou como medidores do grau de objetividade de um produto específico

da mídia. Não há, porém, nenhuma pretensão exaustiva. Para muitos autores, no entanto, a objetividade é um estado de espírito, uma intenção, um procedimento daquele que enuncia.

**A objetividade como intenção**

"A objetividade não existe, mas a vontade de ser objetivo pode ou não existir." Essa frase de Alfred Grosser (DERIEUX, 1983, p. 135), citada em vários livros de ética, não poderia resumir melhor visão "subjetiva"[18] da objetividade. Transferir a ênfase da objetividade da adequação "enunciado-referência" para o sujeito (autor do enunciado) representa uma caução deontológica às contribuições das demais ciências, uma interpretação "idealista" da objetividade e um artifício para que o tema da objetividade informativa não desapareça por falta de objeto.

Hermánus (1979, p. 9), ao abordar as falsas interpretações da objetividade, enumera as "interpretações idealistas" que correspondem ao desmembramento da objetividade como intenção-procedimento:

> a objetividade é algo que se consegue automaticamente, 1 – quando o jornalista realmente tem a intenção de ser objetivo; 2 – quando o jornalista assume uma atitude neutra frente ao tema em questão ou frente à sociedade em geral; 3 – quando o jornalista tem os conhecimentos profissionais necessários.

Se, na deontologia da informação, a busca da objetividade tendencial não for preconizada, admite-se implicitamente a subjetividade radical (ou seja, uma espécie de "vale-tudo informativo"). Cairíamos num ceticismo exagerado, comumente resumido pela frase de Mauriac, recordada por Beuve-Mery (1970, p. 15): "A informação é falsa por essência".

Veremos primeiro diferentes matizes de alguns desses autores e, em seguida,



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

como se traduzem essas "boas intenções" no procedimento de elaboração de um produto mediático. Benito (1972), por exemplo, comenta que "a objetividade é um problema de honestidade do informador; é honesto quem põe todos os meios para informar-se bem; quem procura ouvir todos os lados; quem não oculta nada do que percebeu; quem não tergiversa ao que se opõe às suas opiniões".

Seguindo esta idéia (comumente sustentada por importantes deontólogos e professores de ética informativa), a objetividade informativa, como forma de comportamento honesto, independeria de um maior ou menor nexo com a realidade. Assim, pode ser perfeitamente "objetivo" um artigo composto exclusivamente por informações falsas, dadas ao jornalista pelas fontes mentirosas que consultou.

Raul Rivadeneira Prada (1979, p. 189), com uma visão semelhante, sustenta que a necessária objetividade terá de entender-se como um comportamento, "quanto mais se pretender uma aproximação do paradigma de conduta chamado objetividade". Pedro Ramirez (1980, p. 115) cita Abe Rosenthal (lendário diretor de redação do *New York Times),* que também enfatiza a importância da busca da objetividade, reconhecendo que, "enquanto forem seres humanos os que decidem como, quando e onde se publicará um artigo, a objetividade absoluta e nítida é impossível. Mas lutamos para alcançar o maior grau de objetividade possível". Emmanuel Derieux (1983) sustenta que a objetividade é uma atitude do jornalista: "A objetividade, jornalisticamente falando, é o esforço do jornalista para conseguir que seu conhecimento seja objetivo, ou seja, verdadeiro, adequado ao objeto que conhece".

Martinez-Albertos (1978) divide as mensagens informativas (quanto à objetividade) em "não intencionais" e "iniciativas". A objetividade como produto mensurável, consumível, estruturante e estruturado pelas expectativas dos consumidores se traduz pela não-intencionalidade da mensagem informativa. Como explica o referido professor, a objetividade é uma disposição psicológica daquele que enuncia, visando um fim. Martinez-Albertos (1978, p. 85) vê a não-intencionalidade de uma informação quando,

[18] "Quanto mais se fala da objetividade com *um* mínimo de rigor, mais claramente se chega à conclusão de que, ou bem ela não existe, ou bem se trata do mais subjetivo dos conceitos" (RAMIREZ, 1980, p. 115).



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

> do ponto de vista do propósito de seus promotores, tal mensagem alcança seus objetivos, uma vez que tenha sido difundida e consiga ser transmitida de maneira suficientemente eficaz para que chegue a um número importante de pessoas, de concidadãos, para quem se supõe que tal mensagem possa ter algum grau de utilidade, imediata ou posterior.

Desantes Guanter e Soria (1991) vinculam ainda mais a objetividade àquele que enuncia e não ao enunciado, apontando-a como um ato continuado, um hábito do informador. "Consiste, em definitivo, em que o informador cumpra com o dever de se despojar de todo elemento subjetivo para apreender o fato tal como é e comunicá-lo tal como o apreendeu." Sustentam que a objetividade, como a justiça, é um valor tendencial. O informador tem o dever de ser o mais objetivo possível e de adquirir, de maneira progressiva, o hábito da objetividade. Entendida assim, a objetividade é exigível sempre deontologicamente.

Lecaros (1989, p. 71) também destaca o codificador como elemento central da objetividade informativa; esta "requer um certo silêncio interior que permita que a realidade que se está conhecendo modifique sua mente. Isso implica calar seus próprios juízos, prejuízos e idéias preconcebidas, para que a realidade tenha sobre ele o mais forte impacto".

Essas observações nos levam a uma postura pragmática segundo a qual a objetividade tendencial se tornaria possível quando a "honestidade", o "propósito", o "silêncio interior" e a "vontade" se materializam num "comportamento", "hábito" ou "procedimento" informativo. A objetividade informativa é vista, assim, em termos processuais, como um movimento em direção à representação perfeita que jamais atingirá seu fim.

Objetividade-conteúdo (produto informativo), objetividade-intenção (produtor informativo) ou objetividade-procedimento (produção informativa) são ênfases a momentos distintos de um processo comunicativo em que a informação e sua âncora no real têm especial importância. Quando a objetividade é medida pelo conteúdo da mensagem, o que se examina é o produto informativo, não importando o produtor nem o processo de produção. No caso da objetividade como intenção, o produtor é a própria medida da objetividade, sendo irrelevante o resultado do seu trabalho. No terceiro caso, o da objetividade como procedimento, a ênfase da



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br

avaliação está no processo de produção, não importando os valores ético-morais do jornalista nem o resultado final da sua produção. A despeito dessas diferenças de enfoque, a busca da objetividade tendencial é um imperativo tanto da deontologia do jornalista quanto do comunicador institucional. Ainda que, no momento de falar sobre o próprio trabalho, recorram a estratégias discursivas distintas, bem como a ênfases retóricas e metáforas próprias.

Eram estas as respostas que me cabia formular a propósito dos quesitos formulados.

São Paulo, 01 de junho de 2009

**Clóvis de Barros Filho**
Professor-Livre docente da
Universidade de São Paulo



Rua Maranhão, 620 – cj. 141
CEP: 01240-000 – Higienópolis – São Paulo – SP
(11) 3661-7532 www.espacoetica.com.br