

Legislação e ética na comunicação

Ivone Ananias dos Santos Rocha

© 2017 por Editora e Distribuidora Educacional S.A.
Todos os direitos reservados. Nenhuma parte desta publicação poderá ser reproduzida ou transmitida de qualquer modo ou por qualquer outro meio, eletrônico ou mecânico, incluindo fotocópia, gravação ou qualquer outro tipo de sistema de armazenamento e transmissão de informação, sem prévia autorização, por escrito, da Editora e Distribuidora Educacional S.A.

Presidente

Rodrigo Galindo

Vice-Presidente Acadêmico de Graduação

Mário Ghio Júnior

Conselho Acadêmico

Alberto S. Santana

Ana Lucia Jankovic Barduchi

Camila Cardoso Rotella

Cristiane Lisandra Danna

Danielly Nunes Andrade Noé

Emanuel Santana

Grasiele Aparecida Lourenço

Lidiane Cristina Vivaldini Olo

Paulo Heraldo Costa do Valle

Thatiane Cristina dos Santos de Carvalho Ribeiro

Revisão Técnica

Adriana Cezar

Érika de Lima Santana Simioni

Editorial

Adilson Braga Fontes

André Augusto de Andrade Ramos

Cristiane Lisandra Danna

Diogo Ribeiro Garcia

Emanuel Santana

Erick Silva Griep

Lidiane Cristina Vivaldini Olo

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

R672l Rocha, Ivone Ananias dos Santos.
Legislação e ética na comunicação / Ivone Ananias dos Santos Rocha. – Londrina : Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2017.
176 p.

ISBN 978-85-522-0221-9

1. Direito. 2. Comunicação. I. Título.

CDD 384

Sumário

Unidade 1 Estrutura conceitual de legislação e ética da comunicação	7
Seção 1.1 - Ética filosófica e ética científica	9
Seção 1.2 - Conceitos e princípios de corrupção	20
Seção 1.3 - Integridade, moralidade e oportunismo	34
Unidade 2 O profissional de comunicação ante a pesquisa científica	49
Seção 2.1 - Práticas consideradas imorais pela opinião pública internacional e ilegais na maioria dos países	50
Seção 2.2 - A busca de uma investigação que leve em conta o fator humano	62
Seção 2.3 - Particularidades das ciências humanas e sociais ante as exatas ou naturais	76
Unidade 3 A ética e seus princípios	91
Seção 3.1 - A modernidade, as bases do individualismo e o papel das instituições	92
Seção 3.2 - A sofística e a ausência de princípios para a ação humana. Heráclito e Parmênides: a questão da mudança e da permanência	104
Seção 3.3 - O agir com base no coletivo da comunidade primitiva e o contraste da sociedade de classe. O mundo medieval e a ética cristã	117
Unidade 4 Legislação e códigos de ética em comunicação	131
Seção 4.1 - A filosofia e a ordem racional como base para a ação. Sócrates e a presença dos princípios para a ação humana. Uma ética com base no mito	132
Seção 4.2 - O fim da lei de imprensa e o código de ética do jornalista e normas padrão da atividade publicitária	145
Seção 4.3 - Aspectos jurídicos de marketing. Código de Defesa do Consumidor e código de ética da propaganda	159

Palavras do autor

Iniciamos agora o estudo da disciplina de *Legislação e Ética na Comunicação*. Ela traz temas contemporâneos que geram grandes polêmicas nas áreas de comunicação e na sociedade como um todo, sobretudo em sistemas democráticos, como é o caso do Brasil. Com base nisso, você verá a partir de agora conceitos da ética, responsabilidade e legislação, considerando princípios filosóficos e culturais que darão a base para reflexões acerca de comportamentos na perspectiva dos profissionais de comunicação.

Oferecemos, então, a oportunidade de você refletir, discutir e analisar questões que nortearão a caminhada profissional a partir de competências relacionadas à ética, identificando e estudando questões deontológicas no jornalismo, ou seja, ligadas ao dever do jornalismo e do jornalista. Elas serão apoiadas por temas como conceitos e princípios de corrupção, integridade, moralidade e oportunismo. Tudo isso é sustentado por uma metodologia que está em consonância com o avanço tecnológico, o autoestudo, cujo aprendizado é apoiado na individualidade do estudante. Trata-se de um contexto de aprendizagem que se baseia na compreensão teórica para analisar situações profissionais cotidianas, na perspectiva de problemas identificados em situações reais a serem estudadas.

A disciplina se fundamenta em quatro unidades de ensino:

- Estrutura conceitual de legislação e ética da comunicação, que visa apresentar conceitos que servirão de apoio para a atividade profissional, como ética, moral, princípios filosóficos, entre outros.
- O profissional de comunicação ante a pesquisa científica, por meio da qual vamos entender o papel da pesquisa científica, com sua abordagem ética, para promover a comunicação e as relações com seus públicos.
- A ética e seus princípios, que busca compreender as funções do profissional de comunicação no seu aspecto deontológico e do ponto de vista da legislação.
- Legislação e códigos de ética em comunicação, que são observados por profissionais em suas atividades.

Você, portanto, percorrerá essa caminhada rumo ao entendimento e à compreensão dos princípios da ética, da moral,

da responsabilidade, do mito que norteiam a atividade profissional de comunicação. Vamos analisar casos que foram ou não foram bem-sucedidos, como referência às situações que vivenciará na prática.

Estrutura conceitual de legislação e ética da comunicação

Convite ao estudo

Vamos percorrer os caminhos de um tema de grande relevância para a sociedade em geral, o qual, portanto, permeia toda a atividade dos profissionais de comunicação: ética e legislação. Nosso objetivo, nesta primeira etapa, é conceituar o enunciado para que possa embasar a prática da atividade do jornalista, do publicitário e do profissional em Relações Públicas. Desejamos neste momento trazer elementos para que você conheça os princípios da ética, identificando e estudando as questões deontológicas no jornalismo.

O princípio da ética nos remete à liberdade de informação, a que todo cidadão tem direito, e a liberdade de informar, característica básica do jornalista, à qual deve ser acrescentada a responsabilidade na informação passada. Essa responsabilidade mantém uma relação direta com a moral e a ética, o que justifica o código de ética para todas as profissões regulamentadas.

As atividades práticas que comporão o contexto do tema são as análises e os estudos de casos reais como o de uma marca de sorvete e de um suco, cujas mensagens aos seus consumidores não se configuraram como verdadeiras. Outro exemplo, para citar estes dois casos, foi o conflito gerado entre um jornalista e um religioso, tendo o segundo interpretado como ofensas os comentários do primeiro, o que poderia caracterizar violação da ética e da lei de liberdade de informação.

Como ingresso desta disciplina, você será contemplado com os princípios legais e éticos de profissões das áreas de comunicação, com a compreensão sobre o papel e o

compromisso do profissional em relação à sua legislação. Terá ainda o desenvolvimento de um senso crítico sobre ações de empresas ou pessoas que envolvam a estrutura legal e a ética da comunicação, podendo estabelecer uma argumentação embasada no conhecimento da legislação e da ética quando se deparar com ações que se apresentem questionáveis.

Ao final, você terá estudado diversos assuntos, como a ética frente ao conhecimento científico, em relação ao aspecto filosófico, a partir das relações humanas e do bem-estar das pessoas. Terá uma visão sobre o conceito de corrupção e de atos corruptos, de moralidade e oportunismo e princípios legais que podem identificar uma ação de corrupção. Discussão sobre o composto ética, moral e leis contextualizadas para a sociedade brasileira e também sobre o conceito de integridade entre os tópicos abordados nesta primeira parte.

Seção 1.1

Ética filosófica e ética científica

Diálogo aberto

Vamos iniciar nossos estudos? Supondo que você foi contratado para criar uma campanha de comunicação com uma mensagem não muito verdadeira, qual seria sua reação? Você estaria desrespeitando a ética, infringindo leis? Como podemos definir ética? Ética e moral são a mesma coisa? Quais são os princípios da lei para a atividade de comunicação? Como atuar, atendendo a públicos diferentes, seguindo rigorosamente a ética, a moral e as leis? Que tipo de deslizamentos éticos, morais ou legais encontramos, às vezes, nas empresas? Para discutir, responder e refletir sobre essas questões, apresentamos aqui duas situações que vão nos ajudar a compreender o tema desta seção.

A primeira envolve duas empresas; e a segunda, um jornalista. Começamos, então por uma marca de sorvete gourmet e uma de suco que divulgaram em comerciais de rádio e TV procedências duvidosas de seus produtos, as quais foram denunciadas por uma consumidora. Os casos foram investigados pelo Conselho de Autorregulamentação Publicitária (Conar), que, analisando o teor da comunicação e não dos produtos, acolheu os argumentos das empresas, não as punindo, tendo apenas solicitado que a informação sobre a origem dos produtos fosse melhor explicada. O segundo caso refere-se a um jornalista brasileiro bastante renomado. Diante de algumas denúncias de agressões entre adeptos de religiões (ou divisões religiosas) diferentes, que estariam ocorrendo em 2015, ele atribuiu a responsabilidade aos líderes religiosos, quando criticavam instituições rivais em seus cultos. Um pastor, sentindo-se ofendido, rebateu as críticas. Porém, foi, na réplica, acusado pelo jornalista, entre outras coisas, de ser “explorador da fé alheia”. O fato tomou grandes proporções midiáticas e só não foi aos tribunais porque o veículo de divulgação tratou de colocar panos quentes. Podemos afirmar que nos dois casos a ética foi ferida? Antes de responder a essa questão, cabe avaliar o que argumenta Karam (1997), para o qual ética está relacionada a caráter, costume, maneira de ser. A ética fica ao lado da moral, que se aproxima de normas sociais próprias e concretas, princípios formais e até mesmo de normas jurídicas. Outro termo que

se conecta a ética e a moral é deontologia, conhecido como um tratado de deveres e da moral que, segundo o autor, é a cristalização provisória do mundo moral. Aqui está uma demonstração do que vamos percorrer nesta primeira etapa de nossos trabalhos. Vamos lá!

Não pode faltar

A ética relaciona-se tanto à filosofia quanto à ciência. Ela se aplica à filosofia quando trata das ações do homem em busca de sua felicidade e bem-estar, dentro de padrões culturais da moralidade e bons costumes. Na ciência, cuja aplicabilidade ocorre por meio da técnica, a ética é fundamental para o direcionamento de seus resultados. Segundo a filósofa Marilena Chaui (2002), a ciência origina-se da filosofia e a ética é uma de suas mais importantes áreas.

Mas, afinal, como se define ética? Para o professor da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Emmanuel Carneiro Leão (2008, p. 17), trata-se de “uma luta obstinada e sem tréguas contra as abstrações na conduta humana”. Francisco José Karam (1997, p. 33) prefere tratar de ética e moral juntas, com um “significado quase idêntico, o de caráter, costume, maneira de ser”, com a diferença de que a primeira se origina do grego *ethos* e a segunda do latim *moralis*. Chaui (2002, p. 55) interpreta como um “estudo dos valores morais, da relação entre vontade e paixão, vontade e razão; finalidades e valores da ação moral; ideias de liberdade, responsabilidade, dever, obrigação etc.”. Para os jornalistas, como relata Alberto André (1979, p. 12), ética é “o conjunto de normas que devem reger sua conduta no desempenho de sua profissão”, contidas no código de ética da categoria.

É possível que a dificuldade em compreender a ética estaria na sua subjetividade, por ela invocar a verdade. E a verdade se conecta a princípios e valores culturais abstratos. “Não existe um profissional ético, sem antes um homem ético. Portanto, a discussão sobre ética deve ser vista como uma situação-problema que provoca e estimula uma reflexão abrangente sobre a própria natureza da relação ética e ciência” (CUORE, 2009), argumenta Raul Enrique Cuore, professor da rede de ensino particular de Campo Grande (MS).

E a moral? Pode-se dizer que ela é sinônimo de ética? O filósofo Emmanuel Kant (1994, apud LA TAILLE, 2006) considera a ética um meio para se viver bem consigo mesmo; e a moral, uma ação inspirada por um imperativo categórico oriunda de um dever incondicional, ou seja, uma condição para se desenvolver a ética. É possível dizer,

então, que o indivíduo age, do ponto de vista moral, sentindo-se obrigado a seguir determinadas regras, valores e princípios para atingir seus objetivos. Embora muitos autores tratem ética e moral como sinônimos, o filósofo Mario Sergio Cortella, inspirado em Kant e Aristóteles, define ambos os termos de forma individualizada. Na sua visão, expressada no site O Pensador, “ética é o conjunto de valores que usamos quando precisamos responder a três questões básicas da vida: quero? Posso? Devo?”. Para as respostas, ele invoca a moral: “nem tudo o que quero devo, nem tudo o que devo posso, nem tudo o que posso consigo”. Dessa forma, para que se possa conseguir tudo o que se quer, é preciso, antes, ser moral.



Complemente seus estudos

E o jornalismo, como trabalha a ética? O jornalismo é ético? É possível dizer que todo jornalista, no exercício da profissão, atua sob o pilar da ética? O jornalismo investigativo obtém resultado somente por meio da ética? O vídeo a seguir, produzido pelo Canal Vitrine para a TV Cultura, traz uma reportagem do que se faz para se conseguir um furo de reportagem e desvendar fatos, como atos criminosos e serve para reflexão sobre ética no jornalismo.

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Vr9OyYZsqYY>. link acessado, reportagem de 2011. Acesso em: 23 maio 2017.

A ética na prática do conhecimento científico

A pesquisa – que gera o conhecimento científico – faz parte do dia a dia do jornalista e, por que não dizer, do publicitário e do Relações Públicas. Para que uma reportagem tenha credibilidade, independentemente do veículo para o qual ela é produzida, não basta se valer do senso comum. É preciso que os fatos apontados sejam fundamentados em comprovações cujas bases são científicas. Uma informação sobre os índices de aumento das tarifas de ônibus de uma cidade, em determinada época, por exemplo, é divulgada a partir de uma pesquisa sobre os valores e reajustes apresentados naquele período, comparados a outros períodos e até mesmo a outras cidades, lembrando sempre que os dados devem ser obtidos de fontes confiáveis, ou seja, de órgãos oficiais e idôneos.

No caso da publicidade e propaganda, não há como trabalhar ações e campanhas se não houver uma ampla pesquisa sobre o cliente, sua marca, produto, mercado, público e diferenciais. O mesmo método, embora com objetivos diferentes, ocorre com o profissional de Relações Públicas. Essa busca do conhecimento científico é cada vez mais frenética, tendo em vista as novas tecnologias e a facilidade

de se obter a informação desejada ou de conferir as ações dos profissionais, sobretudo os da comunicação.

É a busca constante da verdade. Rui Barbosa já em 1920 insistia que o dever da verdade é o mais inviolável dever do homem público, “verdade nos conselhos, verdade nos debates, verdades nos atos, verdades no governo, verdade na tribuna, na imprensa e em tudo verdade; verdade e mais verdades” (BARBOSA, 2004, p. 16). Relata Paul Johnson (apud FERREIRA, 2004), que a descoberta da verdade é o maior mandamento da imprensa. Essa é a regra máxima para a profissão e está diretamente relacionada à ética. Várias ações definem um profissional ético. No caso do jornalista, por exemplo, é não expor um entrevistado em situação de vulnerabilidade, é não informar sem provas, é não pagar para sair na frente, entre outras ações. Enfim, é ser verdadeiro e respeitoso com pessoas e instituições, o que vale para qualquer outro profissional.



Assimile

A pesquisa científica considera, inclusive, o conhecimento empírico, que resulta do senso comum e está alicerçado na experiência e na realidade de seus protagonistas. A prática da pesquisa, empírica ou científica, é familiar ao jornalista, que precisa de comprovações fundamentadas para ter credibilidade nas suas reportagens e na sua atuação profissional. Na publicidade e no trabalho de relações públicas isso não é diferente, as pesquisas, sejam práticas, sejam teóricas, fazem parte do cotidiano do profissional.

A ética na filosofia, levando em conta o modo de agir dos indivíduos

Sob a perspectiva filosófica, conforme vimos anteriormente, a ética associa-se à moral e aos bons costumes, ao bem e ao mal, ao certo e ao errado, ao desejo de todo indivíduo de agir em favor do que a sua sociedade estabelece como correto, como recomendável segundo as leis estabelecidas, obtendo, assim, a harmonia entre as pessoas. Na filosofia clássica, a ética contemplava algumas áreas do conhecimento, como a psicologia, a pedagogia, entre outras. Na filosofia contemporânea, de Sócrates e Aristóteles, por exemplo, a ética trata das normas estabelecidas pela sociedade. Nota-se, portanto, que ambas, a clássica e a contemporânea, se complementam.

Quando um profissional é obrigado a veicular uma mensagem que não é totalmente verdadeira, sob pena de perder seu principal cliente, está ferindo a ética. Pode-se dizer que é antiético falar com a

verdade, mesmo que isso não provoque danos ao consumidor ou ao usuário do produto vendido.



Exemplificando

Temos aqui um caso de falta de ética de um veículo de imprensa. Consta do código de ética do jornalismo que uma informação, independentemente do seu formato – seja notícia, seja nota, seja coluna, seja reportagem etc. –, antes de ser veiculada precisa, além de uma checagem, de que todos os lados sejam ouvidos.

Em 2015, a revista Veja* noticiou que o senador Romário (PSB-RJ) seria o titular de uma conta no banco BSI da Suíça, com um saldo de 7,5 milhões de dólares não declarados. O fato tomou ainda mais proporções, sobretudo nas redes sociais da internet, quando o político divulgou extrato, emitido pelo próprio banco suíço citado pela revista, confirmando que os dados eram falsos. Em documento, o banco esclarece: “A dita revista menciona que o sr. Romário é titular de uma conta no banco BSI Suíça e publica um extrato bancário [...] de 1º de janeiro 2015 a 30 de junho 2015. Nós estabelecemos como certo que este extrato bancário é falso e que o sr. Romário de Souza Faria não é o titular desta conta em nosso banco na Suíça”. Com esse papel em mãos, Romário saiu em ataque à revista, tanto na internet quanto no próprio Senado, onde ele, em plenário, ao se referir à nota publicada pela revista, disse tratar-se de uma demonstração “do que há de pior no jornalismo”. E mais, que o veículo se mostrara dessa forma, quando alguns profissionais “pensam que detêm a exclusividade da informação e da verdade”.

Nesse caso, além de infringir a ética jornalística, a informação publicada feriu a moral do senador, podendo até leva-lo aos tribunais. E, na verdade, quem se tornou réu acabou sendo a própria revista.

* Revista Veja. VEJA reconhece erro e pede desculpas a Romário. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/politica/veja-reconhece-erro-e-pede-desculpas-a-romario/>. Acesso em: 30 mar. 2017.

Desde a Idade Média, o modo de agir dos indivíduos foi se modificando pela influência da tradição cristã sobre a Filosofia, já que, como lembram pesquisadores da Universidade Federal do Amazonas (UFAM) no site Portal da Consciência Política (2013), os filósofos daquele período eram teólogos, bispos, abades e padres. Assim, a vida ética do cidadão era medida por sua relação espiritual e interior com Deus “e pela caridade com o próximo por meio da revelação

divina”. Assim, o bispo Santo Agostinho, cuja formação também era a de filósofo e teólogo, voltado à sua interioridade, via no encontro com Deus sua verdadeira essência. “É dentro desta perspectiva de uma filosofia introspectiva que Agostinho agrega uma série de conceitos fundamentais” (SANTOS et al., 2014), aos quais temos nos referido aqui.

A conceituação de ética a partir das relações humanas

Quando alguém estaciona o carro em fila dupla, podemos dizer que cometeu uma infração de trânsito, sujeita a penalidades da lei. Se o motorista do carro ao lado ficou impossibilitado de sair, entendemos que foi violado seu direito de cidadão, o de ir e vir. Essa é uma cena frequente em diversas cidades brasileiras e demonstra, além da ausência da ética e da moral, uma despreocupação com o outro.

Fatos como esses, infelizmente, se multiplicam. Precisamos pensar a ética em consonância com a cidadania no contexto das relações humanas. Vivemos uma época em que os indivíduos, sozinhos ou em grupo, clamam pela implementação de sistemas que preconizem esses valores sociais, os de sociedades justas e sadias. Essas são questões que estão na agenda de muitos governos internacionais, que trabalham no sentido de criar ou reforçar uma conscientização do cidadão voltada para os interesses e as necessidades do outro ou da sociedade.

Não é raro acompanharmos mensagens chamando a atenção para a importância de se manter a ética entre as pessoas, seja nas ruas, seja nas empresas, seja na política, etc.



Pesquise mais

Para entender melhor a ética – seja no jornalismo brasileiro, seja na publicidade ou em qualquer outra área ou na vida –, veja os conceitos apresentados pelos filósofos Mario Sergio Cortella e Clóvis de Barros Filho, em entrevista ao apresentador Ronnie Von, da TV Gazeta. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=5reAnvskBol>. Acesso em: 30 mar. 2017.

A relação da ética com a felicidade e bem-estar das pessoas

Aristóteles, em *Ética a Nicômaco* (2001), trabalha a ética, sob a perspectiva política, do meio-termo, ou seja, entre o bom e o mau, busca-se o caminho do meio como forma de equilibrar seu desenvolvimento material com o espiritual. Sendo o homem um ser racional que vive

em busca de uma felicidade, esta só viria quando fosse possível unir, de forma equilibrada, as realizações materiais com as espirituais.

Pode-se perceber, dessa forma, que a ética tem uma relação bem próxima com a felicidade, já que um comportamento ético tem como propósito tornar a pessoa feliz. Basta lembrar o alívio que surge depois de você assumir seus erros e falar a verdade, ou quando você age com transparência em relação aos prós e contras de um produto ou serviço. Ou ainda quando, em uma reportagem, todos os lados são ouvidos e o público consegue se colocar a favor de um ou de outro. Somente o olhar de agradecimento das outras pessoas sobre nossas atitudes já é motivo suficiente para nos sentirmos felizes. No entanto, isso depende de como o cidadão trabalha esses valores para si. Assim, percebe-se que ética e felicidade se conjugam muito bem no campo da filosofia. No aspecto religioso, ela se conecta a princípios cristãos, por exemplo, na Idade Média, quando houve uma forte influência da tradição cristã. Isso porque, como já vimos anteriormente, nessa época, os filósofos eram, predominantemente, teólogos, bispos, abades e padres. Esses filósofos cristãos objetivavam unir fé e razão em suas análises e reflexões.

Quais são os resultados de atitudes não éticas? A infelicidade. Ou seja, as pessoas que agem contrariando a ética, seja na vida profissional, seja na vida pessoal, são marcadas e lembradas como não sendo do bem. Dessa forma, não são confiáveis e não são desejáveis em seus grupos. A ONU divulgou em março de 2017, o "Relatório da Felicidade", desenvolvido pela Rede de Soluções para o Desenvolvimento Sustentável, no qual se apresenta o ranking dos países mais felizes do mundo, numa listagem de 155. Um dos aspectos interessantes do documento é a relação que se faz com a ética. Os países que lideram o ranking são os que mais cultuam a verdade e, consequentemente, a ética. São aqueles com menores índices de corrupção e, portanto, menor desigualdade social. No topo estão Noruega, Dinamarca, Islândia e Suíça. Entre os últimos, ou os mais infelizes, o relatório indica países da África e do Oriente Médio, entre os quais, Síria, Tanzânia, Togo e Ruanda. O Brasil ocupa o 22º lugar.



Refleta

Conectar a ética com a ciência é uma importante provocação que temos desde o século passado, principalmente pelo avanço tecnológico. Como

lembrou Cardoso (1998m, p.1), com a “hecatombe de Hiroshima, a ambiguidade do progresso científico-tecnológico passou do plano teórico para o existencial”. Significa dizer que estamos presenciando, no nosso cotidiano, “a deterioração galopante do ambiente físico e social ao lado do mundo estonteante e maravilhoso da tecnologia”. Restamos, dessa forma um grande desafio: como diminuir o desequilíbrio tecnológico com o ecológico, em razão do qual vemos a fome, a miséria, o desemprego, os sem-teto expandirem, justamente quando ética, moral, liberdade e responsabilidade, em um mundo sustentável, são prioridades nas pautas? Pensando que a prioridade são os direitos humanos, como trabalhar a ética e a ciência de forma integradas?



Vocabulário

Questões deontológicas estão relacionadas à deontologia, que é uma palavra derivada do grego *deontos*. Possui uma relação próxima do mundo moral e tem significado de dever, ou de como deve ser.

Sem medo de errar

Vamos pensar que nossa tarefa é avaliar soluções para situações hipotéticas ou reais que ferem os princípios éticos. Ou ainda analisar exemplos de modelos a serem ou não seguidos. Se uma agência é contratada para desenvolver uma campanha a um cliente, a partir da demanda recebida, seus profissionais, sejam do atendimento, sejam do planejamento ou da criação, devem, primeiramente, entender se o pedido respeita essas premissas. Se não as respeitar, cabe uma conversa franca, pois nem sempre o cliente percebe se está descumprindo algum código de ética. Geralmente, e mais ainda quando ele não se dá conta disso, tenta-se chegar a um acordo em que seja possível atendê-lo com algumas modificações em seus planos. Além disso, cabe o uso da criatividade dos profissionais de comunicação para oferecer uma solução que atenda aos objetivos do cliente e, quem sabe, possa até superar suas expectativas. De toda forma, se ele for irredutível, não deixará de saber que está descumprindo alguma norma. Nesse caso, o melhor a ser feito é recusar o trabalho. Isso pode ser ruim do ponto de vista financeiro, mas seguramente dará mais credibilidade mais adiante ao seu trabalho perante o mercado e a concorrência.

Matérias jornalísticas, não raro, enfrentam problemas relacionados à ética. Segundo Heródoto Barbeiro (2016), diante de toda a

concorrência gerada, sobretudo, pelas novas tecnologias, no segmento da comunicação vai se sobressair o veículo que estiver calçado pela credibilidade e não mais pelo poder do capital. A meu ver, o público não acredita em qualquer boato ou rumor publicado e tampouco em marcas que não se valem da credibilidade e da ética.

E o que fazer para se manter a ética no jornalismo? Respeitar o que estabelece o código de ética da categoria e, mais do que isso, respeitar o público.

Entre outras ações, é preciso:

- Checar a informação antes de publicá-la para ter certeza de sua veracidade.
- Consultar as pessoas envolvidas, dando voz a cada um dos lados.
- Respeitar o direito de não responder, não aparecer nem divulgar seu nome ou não se posicionar, quando assim o entrevistado desejar, deixando muito claro a ele que aquela informação será publicada.
- Não fazer críticas ou comentários sem uma fundamentação, sem uma comprovação.
- Não julgar ou condenar quem quer que seja, pois essa é função da Justiça e não do jornalista.
- Buscar a todo momento a isenção.

As ações do profissional de Relações Públicas devem: i) prezar pela transparência; ii) zelar pelos interesses tanto da empresa quanto de seu público; iii) não desenvolver serviço semelhante a duas empresas concorrentes; entre outras determinações éticas. Do lado do publicitário, não se enquadram em atitudes éticas campanhas com informações inverídicas, desprezo aos concorrentes e aos públicos.

Avançando na prática

Ética e moral

Descrição da situação-problema

Inspirado em Kant e Aristóteles, o filósofo e professor Mario Sergio Cortella (2017)¹ afirma que ética “é o conjunto de valores que usamos, quando precisamos responder a três questões básicas da vida: “quero?”, “posso?”, “devo?”. Neste caso, estando a moral ao lado da ética, como esta poderia ser entendida?

¹ A afirmativa de Cortella encontra-se no vídeo de um trecho do programa “Encontro”, com Fátima Bernardes, disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/5651726/>. Acesso em: 30 mar. 2017.

Resolução da situação-problema

Primeiro, é importante reforçar o conceito de ética. Esta está relacionada à nossa vida em sociedade, em grupos, em comunidades. Os princípios éticos podem mudar de povo para povo, de civilização para civilização, de comunidade para comunidade e assim por diante. Quando se diz que o indivíduo faltou com a ética, foi porque ele fez algo que feriu o que está estabelecido como certo por seu grupo. Por exemplo, se um jornalista publica uma informação sem checar a fonte, ele não está sendo ético. Mas quem (ou que sociedade) estabelece que é ético checar a fonte? A própria categoria de jornalistas, embasada no que pensa seu público. A moral está relacionada aos valores e costumes próprios, oriundos de nossa formação como indivíduos e de nossa cultura. Por isso, diferentemente da ética, ela não muda. Daí a frase de Cortella (2017): “nem tudo o que quero devo, nem tudo o que devo posso, nem tudo o que posso consigo”. Assim, retomando o exemplo do jornalista, se ele tem como princípios próprios não esconder a verdade, caso aquela informação prejudique alguém inocente, ele estaria ferindo a moral. Portanto, podemos considerar que a punição para quem infringir a ética é da sociedade, enquanto que a da moral é de si próprio.

Faça valer a pena

1. Como conceituar a ética? Para compreender seu conceito, vamos imaginar que o *marketing*, ao trabalhar a venda de um produto, descaracteriza o do concorrente. Ele estará agindo contra a ética do mercado? Se em uma matéria o jornalista privilegiar um dos entrevistados, estará infringindo a ética da profissão, que é a de isenção?

Assim sendo, partindo do pressuposto de que qualquer categoria profissional regulamentada se vale de princípios impostos pela própria categoria e por seu público, podemos afirmar que a ética:

- a) Está relacionada a caráter, costume, maneira de ser próprios do cidadão.
- b) Se aproxima de princípios formais e sempre resulta em ações jurídicas.
- c) Se configura em um conjunto de valores estabelecidos pela sociedade.
- d) Assim como a moral, tem aplicabilidade dependente do modo de agir do público ou do cliente.
- e) É identificada quando assume proporções midiáticas que chegam até os tribunais.

2. A ética se aplica à filosofia quando discute as ações do homem frente à sociedade, buscando a felicidade e o bem-estar. Na ciência, a ética é fundamental para o direcionamento dos resultados.

Quando Alberto André (1979) classifica a ética como um conjunto de normas que devem reger a conduta do jornalista, ele se refere:

- a) Às normas impostas pelos veículos de comunicação que buscam a transparência nas informações.
- b) Às normas relacionadas ao caráter, ao costume e à maneira de ser do jornalista.
- c) Ao conjunto dos valores morais, no qual a ação moral e as ideias de liberdade e de responsabilidade se fazem presentes na ética.
- d) Ao Código de Ética dos jornalistas, por ser um instrumento que deve reger a conduta no desempenho da profissão.
- e) Às normas que dimensionam a situação-problema e estimula a reflexão sobre natureza da relação ética e ciência.

3. Conectar a ética com a ciência é uma importante provocação que temos desde o século passado, principalmente pelo avanço tecnológico. Como lembrou Cardoso (1998, p. 1), com a “hecatombe de Hiroshima, a ambiguidade do progresso científico-tecnológico passou do plano teórico para o existencial”

Diante disso podemos afirmar que o maravilhoso mundo da tecnologia pode, em nome da ética, representar o desequilíbrio ecológico. Dessa forma, cabe afirmar que:

- a) Priorizar os direitos humanos é necessário, independentemente de se estabelecer a ética.
- b) É necessária uma conexão entre a ética e a ciência para que prevaleçam os direitos humanos.
- c) A deterioração do ambiente físico em detrimento da tecnologia é provocada pela ética.
- d) A moral, a liberdade e a responsabilidade não se associam à ética.
- e) Em um mundo sustentável não deve haver conexão entre a ética e a ciência.

Seção 1.2

Conceitos e princípios de corrupção

Diálogo aberto

Você já parou para refletir sobre o que é corrupção? Partindo-se do princípio de que corrupção é um ato praticado em detrimento de outro ou de outros, como classificar os jornalistas que conseguem entrevista exclusiva? É importante que fique claro que entrevista, ou informação, exclusiva não significa, necessariamente, um ato de corrupção, pois está mais relacionado à concorrência. Ou seja, quem chega antes pode conseguir a notícia mais recente. O mesmo vale para quem tem boas fontes. A jornalista Mônica Bergamo da Folha de S.Paulo, por exemplo, tem fontes importantes, pois muitas de suas informações são inéditas e procedentes. E não há nada até o momento, inclusive do ponto de vista jurídico, que a desabone em se tratando de atos corruptos.

Vamos começar analisando um caso que envolveu um dos principais veículos de imprensa do Brasil: a revista Veja, protagonista de expressivos furos de reportagens que ganharam repercussão internacional, como o caso Collor, em 1992, por exemplo. Em 2015 a Veja foi acionada em inquérito da Operação Monte Carlo da Polícia Federal (PF), sendo acusada de ser influenciada em suas reportagens pelo contraventor Carlinhos Cachoeira, chefe de jogo do bicho. A notícia está publicada no Portal Terra (2012). A PF concluiu em suas investigações que o bicheiro usava a revista para encobrir seus crimes, transferindo a responsabilidade a outras pessoas. Isso tudo ficou exposto nas gravações divulgadas das conversas envolvendo Cachoeira, os integrantes da quadrilha e o diretor da revista em Brasília, Policarpo Junior, expostas depois de interceptações telefônicas feitas pela PF. O caso foi amplamente divulgado entre os veículos de imprensa e as redes sociais da internet.

A corrupção pode se estabelecer no jornalismo, por exemplo, quando a informação é obtida por meios ilícitos, ou seja, por suborno. A desinformação também pode advir de um ato de corrupção quando a pessoa envolvida na ação recebe algum benefício para ficar calada e com isso prejudicar alguém, condenando-o a penalidades injustas. É importante não confundir corrupção com falta de ética.

Todo ato de corrupção tem como princípio a falta de ética e de moral de quem a pratica. Porém, nem sempre um ato que foge à ética ou à moral pode ser caracterizado como corrupto. O que diferencia é o resultado. No Brasil um ato corrupto é considerado crime, segundo Lei nº 8429/1992 do Direito Penal.

Entre as agências de publicidade, temos acompanhado alguns casos citados pela mídia que envolvem algumas delas. O caso mais emblemático foi o do publicitário Marcos Valério, envolvido no esquema do Mensalão. Suas agências, a DNA e a SMP&B, segundo a Justiça, serviam de instrumento para lavagem de dinheiro e financiamento irregular de campanhas eleitorais, tanto com o PSDB, na campanha de Eduardo Azeredo em 1998, quanto com o PT, no Mensalão, denunciado em 2005. Outro exemplo nesse sentido foi o da Propeg e da Borghi/Loewe, citadas na Operação Lava Jato do Ministério Público Federal do Paraná como participantes do esquema de desvio de dinheiro público.

Esses e outros casos serão considerados para análise e compreensão do tema corrupção, na perspectiva de princípios éticos e legais. Vamos nos aprofundar também em conceitos de moralidade e oportunismo.

Não pode faltar

É muito provável que o tema corrupção seja o top *of mind* de uns dez anos para cá, em relação especificamente à política, aos governos e ao interesse público. Isso porque, como se sabe, tal como a mídia vem propagando, não é raro presenciar atos que se configuram como corruptos em setores tanto públicos quanto privados. Acompanhamos o caso dos “Anões do Orçamento”, do desvio de verbas da construção da sede do Tribunal Regional do Trabalho, da Operação Zelotes, do Mensalão do PSDB, do PT e do DEM, o caso do Metrô de São Paulo, com pagamento de propina pelas empresas Alstom e Siemens, e a operação Lava Jato, iniciada em 2014 e dividida em inúmeras fases, para citar alguns. Esses envolvem diretamente o Poder Público. No setor privado, acompanhamos o caso do Panamericano, no qual foram identificadas irregularidades contábeis nas demonstrações financeiras do banco do empresário e apresentador Silvio Santos. Empresas como Odebrecht, OAS, Camargo Corrêa, Andrade Gutierrez, entre outras desse setor

de construção civil, também aparecem em casos de corrupção, frequentemente citadas nas investigações do Ministério Público do Paraná e da Polícia Federal, desde 2015.

Mas como conceituar a corrupção e identificá-la? O que significam atos corruptos? Para responder a essas questões, vamos recorrer a pesquisadores do tema. Filgueiras (2006) aborda a corrupção em duas importantes épocas, entre as décadas de 1950 e 1970, quando se relacionava à modernização, numa época em que a corrida para se restabelecer promovia disputas e jogo de interesse dos mais fortes sobre os mais fracos ou mais fragilizados; e depois, a partir da década de 1990, com as reformas liberais, do ponto de vista econômico e político. A modernização a que se refere o autor está relacionada a um contexto funcional na ótica do desenvolvimento político e econômico. A corrupção se apresentava como uma forma de bloqueio à solidificação desse avanço. Cabe esclarecer também que, no período de 1970 a 1980, no Brasil, a corrupção ficou longe da pauta pela ausência de sistemas democráticos no período. “Na década de 1990 surgem pesquisas que estudam o tema da corrupção por uma abordagem essencialmente econômica, preocupada com os custos e com as externalidades geradas em contextos de corrupção alargada”, explica Filgueiras (2006, p. 1). Desde então, passamos a conviver com um sistema democrático que, a partir do avanço da tecnologia, acabou por exigir maior transparência das instituições.



Assimile

A corrupção se instala em sistemas sociais e passa a representar uma destruição de parâmetros e processos bem-intencionados para se estabelecer por meio de vantagens conquistadas de forma ilegal, balizadas, no caso do Brasil por exemplo, pelo capitalismo. Com isso, ela cerceia e retrocede a modernização, colocando em risco toda uma sociedade, que nasce e vive sob a cultura da corrupção.

Para entender melhor, recorreremos a outra estudiosa no assunto. Erika Anita (2016) encara a corrupção de forma complexa. A seu ver, “ainda não é um assunto vencido na literatura”. Há dois caminhos considerados nos estudos sobre o tema. Um deles trata da teoria da modernização, que, assim como apontou Filgueiras (2016), teve seu início depois da Segunda Guerra Mundial, a partir de 1945, com início nos Estados Unidos. Naquele período, para definir a corrupção era preciso atentar às mudanças ocorridas, sobretudo, com a nova

estruturação dos países industrializados. Nessa frente, “a mudança social produz um contexto favorável às práticas de corrupção uma vez que as normas advindas com a modernização podem representar a corrupção, de um ponto de vista tradicional, ao mesmo tempo em que são fracas para conter sua prática” (FILGUEIRAS, 2016, p. 3). Mas aquele era um primeiro momento de análise para sua compreensão. Outro caminho apresentado por ela concentra-se nos setores públicos e privados, nos quais os atos de corrupção ocorrem com o intuito de se obter vantagens financeiras, utilizando-se de subornos e pagamento de propinas com desvio de dinheiro público, o que se estabeleceu a partir da década de 1990, mesmo período comentado por Filgueiras (2016).



Refleta

Podemos afirmar que a corrupção se classifica como ato ilícito? Pode se configurar como crime? Ela fere princípios éticos, morais, legais? Isso tudo depende do contexto de como e quando ela se estabeleceu. Depende também de regras e normas estabelecidas pela sociedade. Com isso, na sua opinião, a corrupção pode ser medida de modo indireto, ou seja, a partir das consequências do ato?

Outra pesquisadora no assunto, Brei (1996, p.65) entende que as maiores divergências entre os teóricos residem na falta de consenso sobre a conceituação do que seja uma ação corrupta. “O termo corrupção inclui uma enorme diversidade de atos: trapaça, velhacaria, logro, ganho ilícito, desfalque, concussão, falsificação, espólio, fraude, suborno, peculato, extorsão, nepotismo e outros.” Associar cada ato à corrupção depende de alguns fatores, como normas e regras da sociedade. Segundo a autora, uma ação corrupta pode ser entendida de várias formas, desde desvios de comportamento até a impunidade por atuação no crime organizado. A corrupção também pode se configurar assim perante um suborno para conseguir algum benefício legal como, por exemplo, agilidade na prestação de algum serviço ou na compra de produtos ou serviços ilegais. Nesses casos, como explica Brei (1996, p.65), “a natureza da ação, suas consequências e a punição prevista serão totalmente diferentes”.

Numa visão mais ampla do tema, Rose-Ackermann (1999) trata o ato de corrupção como a utilização ilegal de mecanismos de mercado em decisões que colidem com o sistema democrático, seja para a conquista de votos, seja para benefício na apresentação de

projetos ou outras formas de governo. De todo modo, a corrupção só se estabelece quando encontra oportunidades e incentivos para que ocorra.



Exemplificando

Uma agência de propaganda tem direito a uma comissão padrão ou o chamado desconto padrão de agência. Ambos estão em acordo com o artigo 11 da lei 4.680/65 e artigo 11 do Decreto 57.690/1966. As agências certificadas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (Cenp) atuam sob normas-padrão que estabelecem o índice de 20% do valor pago pelo anunciante para o canal onde será veiculada sua mensagem. Essa cobrança não é obrigatória, embora seja legal. Elas podem utilizar esse limite para conceder descontos aos clientes. No entanto, quando recolhem valores acima de 20% ou cobram dos dois lados (veículo e anunciante), ou ainda negociam o chamado “por fora”, sem constar em contrato, estão cometendo um ato de corrupção. Quando, para vencer uma licitação em que todos os concorrentes incluem a porcentagem de agência, ela excluir para sair vencedora, está faltando com a ética.



Atenção

Não basta apenas a percepção da corrupção, ela precisa se concretizar. Segundo Anita (2016), “[...] a corrupção trata da ocorrência do problema, ao passo que a percepção diz da sensação que os cidadãos têm na interpretação do seu entorno, considerando, ainda, suas experiências pessoais. Por isso é uma medida indireta e pouco objetiva”. No Brasil, como já mencionamos, a corrupção se configura crime e, como tal, está sujeita a sanções penais.



Saiba mais

Para que você entenda melhor os casos tratados como corruptos citados aqui, leia a seguir os resumos de alguns casos:

Anões do Orçamento: este foi um dos grandes escândalos de corrupção e aconteceu em 1993. Para desviar dinheiro público, políticos alteravam emendas parlamentares favorecendo organizações sociais fictícias. O comando geral era do deputado baiano, João Alves, do então PFL, que ao ser interrogado, alegou ter ganhado 56 vezes na loteria em um único ano. O caso foi investigado pelos próprios deputados na CPI do Orçamento.

Tribunal Regional do Trabalho: o ato de corrupção se configurou com o superfaturamento da obra do Tribunal Regional do Trabalho (TRT)

de São Paulo em 1998. O desvio de recursos atingiu o montante de R\$ 169 milhões. Os responsáveis foram o juiz Nicolau dos Santos Neto, conhecido como Lalau, que presidia o TRT da 2ª Região, e o então senador, Luiz Estevão, proprietário do Grupo OK, parceiro da construtora Incal, responsável pela obra.

Operação Zelotes: Consiste em um esquema de corrupção no Conselho de Administração de Recursos Fiscais (Carf). Ao órgão, pertencente ao Ministério da Fazenda, cabe julgar os recursos administrativos de empresas e pessoas físicas autuadas por sonegar impostos fiscais e previdenciários. Estariam envolvidos nesse esquema, deflagrado em 2015, cerca de 70 empresas pertencentes a grandes conglomerados industriais, de serviços e financeiros, como é o caso dos bancos.

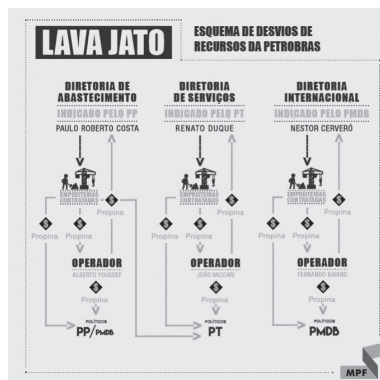
Mensalão do PSDB: o caso aconteceu em 1998 envolvendo o ex-governador de Minas Gerais, Eduardo Azeredo. De acordo com o processo, no qual houve a condenação em primeira instância pela Procuradoria Geral da República (PGR) a 22 anos de prisão, ele teria participado de um esquema de desvio de R\$ 3,5 milhões (atualizados para 14 milhões na época da condenação, em dezembro de 2015) para financiar sua campanha à reeleição. O esquema criminoso teria sido montado pelo publicitário Marcos Valério, envolvido posteriormente no processo do Mensalão do PT. O desvio seria de diversos recursos públicos, entre os quais os da Copasa (saneamento), da Cemig (energia elétrica) e do Bemge (banco estatal).

Mensalão do PT: Este era o esquema de compra de votos de parlamentares, denunciado pelo então deputado federal Roberto Jefferson (PTB-RJ), em 2005. Segundo a denúncia, de compra de votos e suborno a parlamentares e indicação de cargos em empresas públicas pelo governo, estariam envolvidos o então ministro da Casa Civil, José Dirceu, apontado como chefe, e o tesoureiro do Partido dos Trabalhadores, Delúbio Soares, tendo sido quem fazia o pagamento aos deputados, chamados de "mensaleiros". Outros nomes foram aparecendo entre os integrantes do grupo, como o do próprio Jefferson, que foi acusado de participar de processos de licitações fraudulentas de funcionários dos Correios, e do publicitário Marcos Valério, por meio de suas agências, a DNA e a SMP&B. Também estariam envolvidos o ex-ministro da Fazenda, Antonio Palocci, além de membros da direção do Partido dos Trabalhadores.

Caso do metrô de São Paulo: O caso refere-se ao envolvimento do governo do Estado de São Paulo em esquemas de corrupção com a participação das empresas Alstom e Siemens, contratadas para executar as obras da linha amarela do metrô. As denúncias são de que no período de 1998 a 2001, o governo paulista, bem como alguns políticos ligados ao PSDB teriam recebido, por meio de contratos de consultoria de fachada, valores que juntos ultrapassariam a cifra de R\$ 68 milhões, para liberar as empresas, na licitação, a participarem das obras de construção da linha amarela. Um dos nomes mais citados no esquema é do conselheiro do Tribunal de Contas do Estado, Robson Marinho. Ele é acusado de troca de propina e de obter contratos sem licitação para a participação da Alstom, também durante o período de 1995 a 1997, no governo Mario Covas.

Lava Jato: trata-se de uma operação do Ministério Público Federal do Paraná que surgiu em março de 2014 para desbancar organizações criminosas lideradas por doleiros que operavam o mercado paralelo de câmbio. A primeira empresa identificada no esquema foi a Petrobras. Depois, surgiram os nomes de grandes empreiteiras organizadas em cartel para pagar propina de 1% a 5% do total de contratos bilionários superfaturados a executivos da Petrobras e outros agentes e ainda bancar o caixa 2 de campanhas políticas. Mais recentemente, as indústrias de carnes BRF e JBS foram apontadas como suspeitas no pagamento de propinas para afrouxar a fiscalização de seus produtos para consumo. O nome Lava Jato surgiu a partir da descoberta de uma rede de postos de combustíveis e lava a jato utilizada para movimentar recursos ilícitos. Para facilitar seu entendimento, segue o infográfico do esquema, disponível no site do MPF.

Figura 1.1 | Esquema de desvio de recursos da Petrobrás



Fonte: <https://goo.gl/UmVKn4>. Acesso em: 18 maio 2017.

Banco Panamericano: o ato de corrupção vinha ocorrendo desde 2006 e seu capital teria sido aberto em 2007, mas foi descoberto pelo Banco Central um ano depois, logo que foram identificadas falhas no balanço da empresa. Para se ter uma ideia de como a fraude ocorria, a diretoria maquiava os balanços por meio de carteiras de crédito já repassadas a outras instituições. Com isso, ampliava o patrimônio do banco e demonstrava uma situação completamente irreal. A fraude se tornou pública em 2010 e logo no início de 2011, por decisão de seu controlador, o Grupo Silvio Santos, foi vendido ao BTG Pactual.



Pesquise mais

Para você se aprofundar nos assuntos de corrupção citados, acesse os links seguintes e entenda melhor os casos tratados como corruptos.

Anões do Orçamento: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u65705.shtml>. Acesso em: 26 abr. 2017.

Tribunal Regional do Trabalho: http://gazetaonline.globo.com/_conteudo/2011/09/noticias/a_gazeta/politica/974932-caso-lalau-20-anos-do-escandalo.html. Acesso em: 26 abr. 2017.

Operação Zelotes: <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2015/04/1611246-entenda-a-operacao-zelotes-da-policia-federal.shtml>. Acesso em: 26 abr. 2017.

Mensalão do PSDB: http://brasil.elpais.com/brasil/2015/12/17/politica/1450356356_948714.html. Acesso em: 26 abr. 2017.

Mensalão do PT: <http://oglobo.globo.com/brasil/mensalao/>. Acesso em: 26 abr. 2017.

Caso do metrô de São Paulo: lista de casos <https://www.cartacapital.com.br/tags/Caso%20Alstom>. Acesso em: 26 abr. 2017.

Lava Jato: <http://lavajato.mpf.mp.br/entenda-o-caso>. Acesso em: 26 abr. 2017.

Banco Panamericano: http://transparenciaegovernanca.com.br/TG/index.php?option=com_content&view=article&id=134&Itemid=135&lang=br. Acesso em: 26 abr. 2017.

Moralidade e oportunismo

O tema corrupção esbarra em outro enunciado: moralidade. Ambos têm uma relação bastante fortalecida entre si. Segundo Filgueiras (2008, p. 15), “a corrupção é aquilo que a sociedade constrói como o rompimento de uma orientação normativa, a qual é estabelecida pela construção de juízos morais acerca do comportamento dos atores e das instituições”. Ele lembra Habermas (2004), quando considerava a moralidade ligada a um raciocínio referenciado pela prática. Ou seja, só é possível para o indivíduo ter o domínio de estruturas racionalizadas que façam parte das estruturas de sua rede. Assim, conceber pensamentos ligados à moral e à justiça depende do aprendizado obtido pelo grupo. E isso pode mudar, caso ocorram mudanças, ao longo da vida.

Mas, afinal, como se define moralidade? Trata-se de uma palavra derivada de moral, cujo sufixo “-dade” representa situação ou estado. Emmanuel Kant (1995) relaciona moral e moralidade a deveres que o próprio indivíduo cria e estabelece para si como um ser que vive em sociedade. Frente a essas colocações, podemos considerar que corrupção se enquadra no campo da moralidade e de seus processos sociais; segundo Filgueiras (2009), na perspectiva de sua abrangência, de seu sentido e de suas práticas, a moralidade e a racionalidade caminham juntas na conquista da felicidade. Aristóteles (2001) entende que a racionalidade é a maior virtude da moralidade, pois uma pessoa é moral quando se permite pensar e usar a razão. Para isso, ela consegue se definir pelo melhor caminho e manter equilíbrio na escolha.

Nesse contexto, cabe estudar a atuação dos veículos de comunicação, funcionando como uma ponte entre os fatos e os cidadãos. Entretanto, vale a pena repensar a forma como a notícia é absorvida e interpretada, o que depende do propósito de quem transmite, do tempo gasto em cada informação e da abordagem utilizada. Anita (2016) faz a leitura de que “a cobertura midiática dos casos de corrupção pode interferir na percepção que se tem do problema”. A seu ver, quanto mais visibilidade tiverem os escândalos de corrupção, mais aumentará o nível de percepção do público para o tema.

Sem medo de errar

Sobre o caso envolvendo a revista Veja e o bicheiro Carlinhos Cachoeira em 2015, mencionado no Diálogo Aberto, conforme apurou a revista Carta Capital, o principal objetivo da participação do periódico no caso, favorecendo Cachoeira, era a troca. Cachoeira munia a Veja de informações e, em troca, o diretor em Brasília informava sobre o que seria publicado e atendia às determinações do contraventor sobre o que ou não publicar, bem como a condução das matérias. Além disso, segundo denúncias, Policarpo também maquiava as reportagens sugerindo responsáveis, mesmo sem prova alguma. Isso aconteceu em uma ocasião em que ele teria pedido ao bicheiro para grampear um parlamentar da base governista, em julho de 2011. Seu interesse era o de conhecer o teor da conversa entre o deputado Jovair Arantes (PTB-GO) e a Companhia Nacional de Abastecimento (Conab), órgão do ministério da Agricultura, para obter a informação em primeira mão.

A Operação Monte Carlo consistia em investigações da PF para desarticular uma organização criminosa que atuava com máquinas caça-níqueis no Estado de Goiás, tendo como chefe Carlinhos Cachoeira. Ele foi considerado suspeito em diversos crimes, como corrupção ativa e passiva, lavagem de dinheiro, falsidade ideológica e contrabando. No Congresso Nacional, tinha uma relação de amizade muito forte com o então senador Demóstenes Torres (DEM), o qual, segundo apurou a polícia, interferia, em favor do amigo, nas votações que fossem de interesse de Cachoeira. Entre elas, a Folha de S.Paulo cita que Demóstenes tentou “impedir a convocação do empresário Fernando Cavendish, dono da Construtora Delta, para depor numa comissão da Câmara [...]”. A construtora Delta também foi investigada e condenada na operação por ser favorecida na prestação de serviços ao governo e atuar também na lavagem de dinheiro dos jogos de azar.

Discutir a Operação Monte Carlo, no contexto aqui analisado, é muito importante para que se tenha entendimento de como deve agir um profissional de comunicação no exercício de suas funções. Se ele entender como incorretas as ações de seu veículo e, mesmo assim, participar delas, estará sendo conivente, atuando em cumplicidade, podendo também ser responsabilizado. Por esse motivo, trata-se de um caso de grande relevância a ser analisado no âmbito da corrupção, ética e moralidade, e que envolve a mídia. Do ponto de vista legal,

e considerando todo o exposto conceitual sobre corrupção, a revista foi responsabilizada por ser conivente com ações criminosas, encobrindo as tramas do bicheiro e sonegando informações. Seu diretor também se envolveu em ato de corrupção quando pediu o grampeamento de ligações, pois isso só pode ser feito pela Polícia Federal, pela qual foi indiciado por esse motivo. Na perspectiva da ética e da moral, quais teriam sido as falhas do veículo? Em primeiro lugar, a Veja faltou com a ética, por manipular informação em benefício do acusado e em detrimento de seu público. Outra atuação que foge à ética é submeter a reportagem à aprovação do envolvido e tê-lo como fonte. Esses são alguns apontamentos. Independentemente do segmento da comunicação, seja no jornalismo, seja na publicidade ou nas relações públicas, é ético atuar em defesa do interesse público, com imparcialidade e em busca da verdade dos fatos.

Avançando na prática

A Falha e a Folha de S.Paulo

Descrição da situação-problema

O jornal Folha de S.Paulo venceu na Justiça a batalha para retirar do ar o blog Falha de S.Paulo, criado em 2010, como forma satirizar e fazer críticas ao jornal paulista. Para isso, em forma de humor, utilizava fotomontagens acompanhadas de comentários negativos sobre o veículo impresso. O processo foi movido sob o argumento de considerar uso indevido de marca. O Falha justifica ainda que a intenção era mostrar que o periódico, embora se assumisse como imparcial em suas publicações, trabalhava uma abordagem com preferências político-partidárias, escondendo esse posicionamento de seu leitor. O desfecho do caso, com ganho de causa para a Folha de S.Paulo, só veio a ocorrer em 2016, com a negativa de continuidade do *blog*. Esse fato sugere algumas indagações. Como o caso acabou sendo decidido na Justiça, pode-se afirmar que houve um caso de corrupção por parte do *blog*? É possível dizer que houve falta de ética de um lado ou de outro?

Resolução da situação-problema

Considerando o entendimento de Rose-Ackermann (1999), para a qual o ato de corrupção é a utilização ilegal de mecanismos de

mercado em decisões que colidem com o sistema democrático, não houve quebra desse princípio por parte do *blog*. Houve sim o uso do direito de liberdade de expressão, conforme estabelece o artigo 5º da Constituição Federal. Do ponto de vista de Filgueiras (2006), a corrupção representa um entrave ao desenvolvimento político e econômico. Nesse sentido, também não se pode caracterizar a criação do *blog* Falha de S.Paulo como um ato corrupto. Entretanto, na perspectiva da ética, da moralidade e do oportunismo, cabe reflexão. Do lado do *blog*, a utilização das características da marca, como tipo de letra, design e imagens retiradas do jornal pode se configurar como falta de ética. Do lado da Folha de S.Paulo, impedir o direito de se expressar também pode significar atitude antiética, já que a ética é determinada e imposta pela sociedade. Quanto ao oportunismo, sim. Os autores do *blog* se aproveitaram de um momento em que esse recurso tecnológico, associado às redes sociais da internet, se faz muito presente, obtendo com isso respaldo do público. Só seria possível analisar o ponto de vista moral com base em uma interpretação e um estudo da acusação e da defesa dos autos do processo.

Faça valer a pena

1. A corrupção deve ser analisada em duas épocas: de 1950 a 1970, período em que se buscava a modernização, sugerida após a Segunda Guerra Mundial, quando a corrida para se restabelecer promovia disputas e jogo de interesse dos mais fortes sobre os mais fracos ou mais fragilizados; e a partir de 1990, com a abertura político-econômica, oriunda de um sistema democrático e do avanço da tecnologia, que propiciou maior participação da sociedade nas decisões políticas e, portanto, aumento da disputa pelo poder.

O que ocorreu no período de 1970 a 1980, quando o tema corrupção ficou de fora do contexto político, econômico e social?

É correto afirmar que nesse período, no Brasil:

- a) As pessoas estavam cansadas de atos corruptos e se afastaram do assunto.
- b) A corrupção ficou longe da pauta pela ausência de sistemas democráticos, sobretudo no Brasil.
- c) Passamos a conviver com o avanço da tecnologia, o que exigiu maior transparência das instituições.
- d) A corrupção era vista sob a ótica do desenvolvimento político e econômico.

e) Os atos corruptos eram encarados como reformas liberais ligadas à modernização dos sistemas democráticos.

2. A corrupção pode se estabelecer no jornalismo, por exemplo, quando a informação é obtida por meios ilícitos, ou seja, por suborno. A desinformação também pode advir de um ato de corrupção, quando a pessoa envolvida na ação recebe algum benefício para ficar calada e com isso prejudicar alguém, condenando-o a penalidades injustas. É importante não confundir corrupção com falta de ética. Todo ato de corrupção tem como princípio a falta de ética e de moral de quem o pratica. Porém, nem sempre um ato que foge à ética ou à moral pode ser caracterizado como corrupto. O que diferencia é o resultado. No Brasil um ato corrupto é considerado crime segundo a Lei nº 8429/1992 do Direito Penal.

Sendo a corrupção um ato praticado em detrimento de outro ou de outros, dos considerados mais fortes sobre os mais fracos, sujeita à penalidade da lei, podemos considerar que os jornalistas, na busca de informações para suas reportagens não cometem necessariamente atos de corrupção. Isso porque:

I. Considera-se corrupção no jornalismo quando se consegue uma informação exclusiva.

II. Informação exclusiva não precisa prescindir de ato de corrupção.

III. Na profissão de jornalista, assim como em várias outras, há a concorrência, e, com isso, quem chega na frente consegue dar a notícia em primeira mão.

IV. Conquistar fontes importantes pode advir de atos considerados corruptos.

Assinale a alternativa correta:

- a) Apenas as afirmações I e II são verdadeiras.
- b) Apenas as afirmações III e IV são verdadeiras.
- c) Apenas a afirmação IV é verdadeira.
- d) Apenas as afirmações II e III são verdadeiras.
- e) Todas as afirmações são verdadeiras.

3. Como explica Fernando Filgueiras (2006), a corrupção se enquadra no campo da moralidade e de seus processos sociais, a partir de sua abrangência, de seu sentido e de suas práticas. A moralidade e a racionalidade caminham juntas na conquista da felicidade. Aristóteles entende que a racionalidade é a maior virtude da moralidade, pois uma pessoa é moral quando se permite pensar e usar a razão.

Nesse sentido, como é possível definir moralidade? Assinale a alternativa correta:

- a) Na visão de Kant, representa deveres que o próprio indivíduo cria e estabelece para si como um ser que vive em sociedade.
- b) Sua definição não condiz nem se enquadra no aspecto da corrupção, por suas características antagônicas.
- c) É um estado de espírito sem qualquer relação com a razão.
- d) É um recurso que pode levar à corrupção.
- e) Pode-se afirmar que ela é um sinônimo de racionalidade.

Seção 1.3

Integridade, moralidade e oportunismo

Diálogo aberto

Caro aluno, a partir do contexto da ética, vamos discutir integridade. Você já deve ter percebido se tratar de um tema em alta nos últimos tempos, por conta de adjetivos que lhe são opostos e também estão no topo das discussões, como é o caso de “corrupção”, que cotidianamente faz parte das reportagens dos jornais. Outros temas que figuram na mídia são, de um lado, preconceito, machismo, homofobia, etc., e de outro, ética e moral. Como se poderia classificar uma pessoa íntegra? Dos vários assuntos que ganharam repercussão na mídia em 2017, escolhemos dois para nossa análise.

O primeiro envolve o ator da TV Globo, José Mayer, que foi denunciado pela figurinista da emissora, Suslem Tonani, sob a acusação de assédio sexual. Por meio do blog “#Agora é que são elas”, do portal UOL (2017), ela relata que durante cinco meses sofreu assédios que iniciaram com simples elogios, passando a convites sexuais e toques em suas partes íntimas no set de gravações de novelas, e culminando em xingamentos por parte do ator, que usou palavras de baixo calão em meio à presença de 30 pessoas. As consequências foram sua suspensão por tempo indeterminado dos programas do canal, uma carta de ele mesmo se desculpando e uma retratação da própria emissora, todos divulgados ao longo de sua programação.

Outro caso é o do Senador Aécio Neves (PSDB), denunciado em delação na Operação Lava Jato por ter sido beneficiado com depósito em sua conta bancária de Nova Iorque no valor de 70 milhões de reais, soma considerada uma das maiores já pagas pela construtora Odebrecht. Esse montante foi pago como propina para a obra da Cidade Administrativa de seu governo em Minas Gerais e da construção da usina hidrelétrica de Santo Antônio que, embora fique em Rondônia, teve em seu consórcio a participação da Cemig, empresa estatal de energia elétrica mineira.

Não pode faltar

É comum ouvirmos as pessoas falarem em integridade. Geralmente, em uma discussão em que há acusação de violar a ética, a forma de se defender é “eu sempre fui uma pessoa íntegra”. Podemos dizer que uma pessoa que não transgredir as regras estabelecidas pela sociedade, que respeita o outro, que não aceita propina ou não prejudica alguém para obter benefício próprio é íntegra? E outra pessoa que, inconscientemente, prejudica alguém para se sair favorecida não seria íntegra? E outra que se aproveita de determinada ocasião para ter alguma vantagem? É com base nesses questionamentos que abordaremos os temas integridade, moralidade e oportunismo. Para isso, será necessário trafegar pelo campo da moral, da ética e da legislação, discutindo esses assuntos no contexto da sociedade brasileira.

Segundo o dicionário Michaelis, integridade origina-se do *latim* *integritas*, que significa o estado ou característica do que é íntegro ou inato. É sinônimo de honestidade, retidão, imparcialidade. Trata-se de uma virtude do indivíduo, que se relaciona à sua vida como um todo, interagindo com a moral, a honra, a ética, etc. Um cidadão íntegro é uma pessoa boa e do bem que serve de exemplo para outras pessoas. Geralmente é um bom amigo, companheiro, sincero, alguém que faz as pessoas ao seu redor se sentirem bem nas relações pessoais e profissionais. As empresas cada vez mais buscam reforçar seus valores relacionados à integridade entre seus públicos e seus parceiros.

Segundo o e-book *Integridade para pequenos negócios* (BRASIL, 2015), uma empresa íntegra respeita o parceiro de negócio, sabe tratar bem seus colaboradores, consegue honrar seus contratos, compromissos, acordos, respeita as leis, os clientes, fornecedores e ainda os ajuda a não cometer infrações, contribuindo para o bem-estar de todos. A empresa que age com integridade atua no campo da legalidade, tendo suas atividades apoiadas em valores e princípios éticos. O mesmo vale para o profissional. Sua integridade não é diferente da mesma que ele mantém com seus familiares e amigos fora do trabalho.



Exemplificando

Um caso que fere os princípios de integridade é o do publicitário João Santana e sua mulher, Mônica Moura, envolvidos na operação Lava Jato do Ministério Público do Paraná. Eles assinaram acordo de delação premiada com a Procuradoria-Geral da República (PGR) para se livrarem de denúncia de receber dinheiro de caixa 2 em campanha do PT de 2010. Ambos trabalharam o marketing da campanha do partido e Mônica respondia pela parte financeira da agência. Na delação, afirmaram receber 4,5 milhões de dólares de uma conta *off shore* na Suíça. Eles foram presos em fevereiro de 2016, mas acabaram soltos depois de pagar uma fiança de mais de 30 milhões de reais. Se o casal agisse com ética, não aceitariam o dinheiro de tal procedência. Se fosse íntegro, assim que foram abordados para receber teriam dinheiro ilegal, imediatamente teriam denunciado o caso.

JORNAL DA PARAÍBA. Lava Jato: João Santana e Mônica Moura assinam acordo de delação. Disponível em: http://www.jornaldaparaiba.com.br/politica/noticia/183046_lava-jato--joao-santana-e-monica-moura-assinam-acordo-de-delacao. Acesso em: 7 abr. 2017.

Ética, moral e leis

Para estudar essas três questões e entender como agimos em relação a elas, recorramos à contextualização de Marilena Chaui (2002) quanto à existência ética. Um dos pontos que ela levanta refere-se a senso moral e consciência moral. Sentimentos de piedade por injustiça, de remorso por algo que não deveríamos ter feito, exprimem nosso senso moral. Da mesma forma, sensação de honestidade e dignidade em relação a outra pessoa, espírito de justiça, honradez expressam nosso senso moral. “O senso e a consciência moral dizem respeito a valores, sentimentos, intenções, decisões e ações referidos ao bem e ao mal e ao desejo de felicidade”, argumenta Chaui (2002, p. 335).

No jornalismo, o senso moral é colocado muitas vezes à prova quando se respeita (ou não) a privacidade do entrevistado, quando se expõe ao público uma doença grave, quando identidades são reveladas, etc. Como ficaram as famílias das vítimas da tragédia da Chapecoense, em novembro de 2016, quando viram o avião estilhaçado no meio da mata? Esse sentimento que temos ao avaliar o caso também exprime senso moral. O ato de apresentar os fatos e

mostrar as imagens é papel do jornalismo, o que está de acordo com a liberdade de expressão conforme a Constituição Federal.



Pesquise mais

Neste vídeo, produzido pelo programa Pânico da Jovem Pan, em fevereiro de 2017, o filósofo Mario Sergio Cortella trata o senso moral, como vivido pelos jovens e demais pessoas, na perspectiva das redes sociais. Discute questões morais e éticas, o preconceito e o juízo de valor, a justiça e a vingança.

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=NTpL3F6KGw4>.
Acessado em: 26 abr. 2017.

Integridade e aspectos a ela relacionados

Quando se trata da atividade jornalística, “não é possível trafegar no mundo, no cotidiano e na atividade jornalística de reconstrução diária simbólica da realidade sem que escolhamos, preliminarmente, valores” (KARAM, 1997, p. 51). Para o autor, esses valores se expressam pela reprodução da educação recebida, do conhecimento adquirido, do convívio grupal e social e das conquistas humanas contemporâneas. Ao analisar o papel do jornalismo nesse contexto ético e moral, devemos considerar que a cobertura dos fatos ocorre a partir de certa visão de mundo, mesmo que seja contraditória ao olhar de alguns leitores/expectadores ou que seja fragmentada na perspectiva da realidade social. Em outras palavras, um acontecimento noticiado por vários jornalistas nunca será o mesmo, pois cada um descreve o fato sob o seu olhar, sob os seus valores morais, éticos, sob sua realidade social. São aspectos relacionados à integridade. Todos os jornalistas envolvidos naquele fato podem ser íntegros, porém o são, cada um a seu modo, de acordo com sua origem e características.

A conduta ética necessita de um agente consciente, que vai diferenciar bem e mal, certo e errado, permitido e proibido, virtude e vício. Essa consciência do que é moral é reconhecida pela capacidade de julgar o valor dos atos e das condutas e de agir segundo os valores morais (CHAUI, 2002). A ética pode ser observada por meio das condutas morais, que nada mais são do que as virtudes das pessoas. A autora entende que um sujeito ético ou moral deve contemplar algumas condições: a primeira é ser consciente de si e dos outros, enxergando-os como iguais; ter a capacidade de controle de seus

desejos e sentimentos e de saber decidir entre algumas alternativas; ser responsável e reconhecer-se como tal, agindo de forma consequente; ser livre nem tanto para escolher mas para autodeterminar-se.

Também associada à integridade está a virtude moral, consequente do resultado do hábito. Aristóteles (2001) chama a atenção para o fato de que não há virtude que surja por natureza, mas por hábito. “Os legisladores tornam bons os cidadãos por meio de hábitos que lhes incutem. Esse é o propósito de todos os legisladores, e quem não consegue alcançar tal meta, falha no desempenho de sua missão” (ARISTÓTELES, 2001, p. 32). A integridade pressupõe ações justas e equilibradas praticadas por pessoas que carregam consigo as virtudes relacionadas. Não é justo aquele que só se refugia na teoria.

Ações relacionadas à moral do cidadão

Como já vimos, a moral está relacionada à pessoa, a partir de seus princípios trazidos da educação, da estrutura familiar, do seu contexto social próprio. A ética refere-se à moral no âmbito da sociedade ou do grupo de que o indivíduo faz parte, considerando seus interesses políticos e sociais. Ou seja, ela é estabelecida a partir de convicções dessa comunidade, considerando seus hábitos, costumes, tradição, origem, etc. E, como são mutáveis, essas características variam de geração a geração, de acordo com evolução do mundo - e com a tecnologia. A ética, então, também evolui e se transforma. Mesmo assim, ética e moral se convergem. Para entender melhor esses conceitos, vamos fazer aqui uma relação com os fatos do nosso cotidiano. Em entrevista à revista Trip (14/06/2016), o filósofo Leandro Karnal, ao ser indagado sobre o porquê de a luta feminina gerar tanta repressão diante desse grande palco que a internet se tornou, disse tratar-se de um preconceito mais antigo e até mais sólido, provavelmente, que os demais, como o dos homossexuais (MORAES, 2016). A internet é como uma ágora, em que os assuntos e os grupos ganham mais dimensão por estarem todos unidos ali. Isso comprova o fato de que a ética, por ser um preceito da sociedade, acompanha as mudanças culturais e temporais, alterando assim a resposta para determinadas situações.

Em outras palavras, houve um tempo em que tratar a mulher de forma inferiorizada em relação ao homem não era encarado como um fato negativo. Da mesma forma, a sociedade também convivia

com a discriminação de negros e homossexuais, sem que houvesse uma voz contrária mais forte, como ocorre hoje com os movimentos sociais. O movimento mais duradouro é o dos negros, que vem desde 1888, depois da promulgação da Lei Áurea, ocorrida pela participação de grandes nomes, como Zumbi dos Palmares. De lá para cá, a luta pela igualdade racial vem acumulando muita força, sobretudo a partir dos anos 1990. Embora a lei de discriminação racial seja de 1951, foi a partir de 1989 que passou a criminalizar, efetivamente, o preconceito. Mesmo assim, somente a partir do ano 2000, com o aumento da força dos movimentos e o avanço das novas tecnologias, é que o racismo vem sendo combatido. Outro movimento, embora mais recente, é o LGBT (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros), que ganhou força depois de se juntar a causas internacionais. A Parada do Orgulho Gay, que nos Estados Unidos data de 1970, no Brasil aconteceu pela primeira vez em 1995, no Rio de Janeiro. Em 1997 passou a acontecer em São Paulo. Atualmente, o evento ocorre em quase todos os estados brasileiros. Antes desse período, sobretudo durante o regime militar, os homossexuais eram vistos como pessoas que transgrediam a moralidade e cuja integridade era duvidosa.

A ética na prática dos profissionais de comunicação

É evidente que esses fatos alteram também a atividade jornalística e refletem na interpretação e nas narrativas dos profissionais. Como vivemos em uma democracia e as pessoas são livres para expressar suas opiniões e seus interesses, o jornalismo também se divide entre os que pensam de uma forma e os que pensam de outra. Com isso, deve aumentar a atenção para o cumprimento das regras no tocante ao compromisso com a verdade, já que esta pode ser apresentada de várias formas, por estar sob olhares e opiniões diferentes. E a verdade não deve vir acompanhada de críticas. Isso significa dizer que, em se tratando de política, por exemplo, estando o veículo para o qual se trabalha do lado da situação ou da oposição, a ética e a moral devem sobressair, mesmo em reportagens sensacionalistas que choquem o público. Outra forma de atentar para o respeito à ética é não cometer exageros na busca por audiência, com o uso de adjetivos que mostram a opinião do profissional ou de expressões que provoquem reações espantosas ou repudiantes no leitor/expectador.

Como, então, trabalhar com ética na publicidade? Para o professor Maurício Turra ([s.d. s.p]), que desenvolveu o índice de indicadores de sustentabilidade para agências de comunicação, a propaganda deve agregar a seus produtos valores ligados à sustentabilidade. Ele destaca como exemplo a Natura, que alia a fabricação de produtos naturais à inclusão social, utilizando a comunicação para trabalhar valores, como ele explica no blog “Planeta Sustentável”, da Editora Abril. Em seu projeto, ele destaca que “a Constituição Brasileira garante a liberdade de expressão da publicidade como manifestação do pensamento, mas exige, ao mesmo tempo, respeito e responsabilidade com outros valores constitucionalmente previstos”. Quando questionado sobre os exemplos da publicidade mais ética, ele chama a atenção para o marketing das causas sociais, utilizado por algumas empresas que destinam uma parte do valor do produto, pago pelo consumidor, para um projeto social.



Refleta

Pare um pouco e reflita. O que é trabalhar com ética na área de comunicação?

Ao pensamento ético comumente chamam a atenção os profissionais de Relações Públicas, sobretudo por sua influência na opinião pública e na formação da sociedade contemporânea. A ética é constantemente suscitada pelo olhar do profissional de Relações Públicas como princípio de suas atividades, já que ele trata de relacionamentos e de estruturas organizacionais com características próprias, sendo estas públicas ou privadas e setores organizados da sociedade civil. Planejar, gerir processos e orientar para procedimentos e técnicas, que são as atividades do Relações Públicas, requer um direcionamento alinhado a essas áreas e públicos, como transparência, respeito, interpretação condizente aos interesses e às necessidades por meio de uma comunicação integrada.



Assimile

De maneira geral, tanto em uma quanto em outra área da comunicação, como explica Pereira Junior (2012, p. 45), a maior preocupação ética é quando há que se considerar o outro. Para o autor, essa relação com o outro é tudo menos simples, pois esse outro é o “não eu”. E este é o grande desafio: ser ético com quem é próximo, com o desconhecido,

com o que está no mesmo nível, acima ou abaixo, com o bem do vizinho ou o bem público, com o que é de todos e o que não é de ninguém. Ainda segundo Pereira Junior (2012, p. 45), “a ética começa quando em nosso horizonte aparece a necessidade do outro, o que devemos fazer com ele”.



Exemplificando

O apontamento da falta de ética, oportunismo e desrespeito à legislação pode servir como exemplo para se caminhar no campo ético. O exemplo disso, como destaca Gallas (2013), em texto para a BBC Brasil, foi o escândalo envolvendo a Siemens em 2002, quando assumiu a manutenção de dez veículos da linha 7 do metrô, que circula na região metropolitana de São Paulo, ligando a Estação da Luz ao município de Francisco Morato. A empresa alemã foi a vencedora do contrato de R\$ 33 milhões. Porém, denúncias da própria Siemens ao Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) alertaram para a formação de um cartel com outras empresas da França, Canadá, Espanha e Japão, as quais estariam manipulando preços de uma licitação, pagando propina, há mais de dez anos, a autoridades de diferentes administrações do PSDB. Embora as acusações ainda estivessem sendo apuradas em 2013, a Siemens já fazia parte de outros esquemas, como o de 2006, na Alemanha, em práticas semelhantes. Entre 2001 e 2007, segundo investigação dos Estados Unidos, a empresa teria pago US\$ 1.4 bilhões em propinas a autoridades de diversos países, com o mesmo objetivo, ou seja, sair vencedora em contratos públicos. Esse montante representaria mais de quatro mil pagamentos ilegais a autoridades de cerca de 20 países. O resultado de toda a apuração e divulgação serviu de exemplo para que empresários alemães não viessem a pagar propina, como apontou o site da BBC Brasil.

Sem medo de errar

Nos dois casos mencionados anteriormente, como o do ator José Mayer, da TV Globo, e o do senador Aécio Neves, citado na Operação Lava Jato do Ministério Público Federal (MPF) do Paraná, podemos afirmar que houve falta de ética, uma vez que neles foram violados princípios estabelecidos pela sociedade. Os dois podem envolver questões de ordem jurídica, portanto legais. E nos dois faltou integridade. Como podem ser íntegros dois cidadãos que

conscientemente ferem esses princípios? No primeiro caso, como houve a retratação e o pedido de desculpas, entende-se que se reconheceu o erro sendo possível considerar o restabelecimento da integridade. No segundo, o mesmo não ocorreu, ou seja, não houve o reconhecimento da culpa.

Vamos imaginar que você foi contratado para trabalhar a comunicação e a imagem dessas duas personalidades. Primeiro, seu trabalho deve se basear em um histórico de ética e integridade. Depois, deve se valer desses atributos para envolver os assessorados em causas relacionadas aos temas. Isso pode ocorrer por meio de ações em prol de causas ou instituições. No caso do José Mayer, sua imagem poderia começar a ser melhorada com depoimentos indiretos de pessoas influentes na mídia, que sejam próximas a ele. O senador precisaria passar a ter ações éticas que pudessem se sobrepor aos fatos negativos que o envolvem. Entretanto, isso teria de ser absolutamente verdadeiro. Caso contrário, dificilmente a opinião pública seria convencida. Se você perceber que não há sinceridade nos atos, o melhor a fazer é abandonar o caso como forma de preservar sua própria integridade.

Avançando na prática

A ética na prestação de serviço

Descrição da situação-problema

Sua agência é convidada a desenvolver campanhas de publicidade para uma grande organização, a qual, no entanto, está envolvida em escândalos de corrupção e monopólio. O objetivo é mostrar o lado positivo da companhia, promovendo suas marcas, dissociando-as do caso, já que, em relação à qualidade dos produtos, não há nada que a desabone. Embora você não concorde com a postura da empresa em relação às suas ações, sabe que seu trabalho é justo, assim como o valor cobrado, e que os produtos não têm a ver com as denúncias. Porém, durante o desenvolvimento do trabalho, percebe que seus diretores querem aproveitar as campanhas para se defender das acusações e desvincular seus nomes da mídia. Como o contrato já foi fechado e não há cláusula que trate especificamente disso, resolve seguir em frente. A agência arranhou sua integridade? Violou a ética? É possível falar ainda em oportunismo? É bom lembrar que, como

vimos, a publicidade deve agregar a seus produtos valores ligados à sustentabilidade. Ainda que a Constituição brasileira garanta a liberdade de expressão como manifestação do pensamento, é preciso haver respeito e responsabilidades com outros valores previstos no referido documento. Vimos também que a maior preocupação ética está em considerar o outro, o que não é nada simples. Quem é esse outro? É um desconhecido? É alguém de quem vou precisar e que será importante para o resto da vida? É alguém que, de certa forma, eu posso prejudicar?

Resolução da situação-problema

Analisando o contexto desta situação podemos refletir que, primeiro, houve oportunismo, porém, por parte do cliente, e não de sua agência. Depois, é preciso deixar bem claro e transparente para o seu público quais são os princípios e valores éticos que a empresa defende. Se o seu trabalho, independentemente para quem seja, não interferir nessas convicções, não haverá violação. Entretanto, se, em sua mensagem publicada na internet ou outro documento de acesso público, constar que a agência não presta serviços para clientes com histórico semelhante ao da empresa, o convite deveria ter sido recusado desde o início. Com o trabalho em andamento, siga o escopo que foi acordado em contrato, ou seja, o de divulgação das marcas simplesmente, sem desviar de seu objetivo.

Faça valer a pena

1. Ao analisar o papel do jornalismo no contexto ético e moral, devemos considerar que a cobertura dos fatos ocorre a partir de certa visão de mundo, mesmo que seja contraditória ao olhar de alguns leitores/expectadores, ou que seja fragmentada na perspectiva da realidade social. Em outras palavras, um acontecimento noticiado por vários jornalistas nunca será o mesmo, pois cada um descreve o fato sob o seu olhar, sob os seus valores morais, éticos, sob sua realidade social. São aspectos relacionados à integridade. Todos os jornalistas envolvidos naquele fato podem ser íntegros, porém, cada um a seu modo, de acordo com sua origem e suas características.

A conduta ética necessita de um agente consciente, que vai diferenciar bem e mal, certo e errado, permitido e proibido, virtude e vício. Essa

consciência do que é moral é reconhecida pela capacidade de julgar o valor dos atos e das condutas e de agir segundo os valores morais (CHAUI, 2002). Um sujeito ético ou moral deve contemplar quatro das seis condições seguintes. Aponte-as:

- 1° Ser consciente de si e dos outros, enxergando-os como iguais.
- 2° Ter a capacidade de controle de seus desejos e sentimentos e de saber decidir entre algumas alternativas.
- 3° Estar apto para desenvolver com integridade qualquer trabalho mesmo aqueles não considerados.
- 4° Ser responsável e reconhecer-se como tal, agindo de forma consequente e ética.
- 5° Ser capaz de agir por sua própria vontade, sem considerar o posicionamento do grupo.
- 6° Ser livre nem tanto para escolher, mas para autodeterminar-se.

Qual das alternativas a seguir indica as quatro condições mencionadas?

- a) 1, 3, 4 e 5.
- b) 1, 2, 4 e 6.
- c) 2, 4, 5 e 6.
- d) 3, 4, 5 e 6.
- e) 2, 3, 4 e 6.

2. Como já vimos, a moral relaciona-se à pessoa; e a ética, à sociedade. A ética refere-se à moral no âmbito da sociedade ou do grupo de que o indivíduo faz parte, considerando seus interesses políticos e sociais. Ou seja, ela é estabelecida a partir de convicções dessa comunidade, considerando seus hábitos, costumes, tradição, origem, etc. Se voltarmos no tempo, vamos perceber que alguns princípios éticos que vigoravam com rigor, como a submissão da mulher e a discriminação acirrada aos homossexuais e aos negros, hoje são totalmente diferentes, pois o mundo evoluiu.

Diante desse contexto, podemos afirmar:

I. Mesmo com todas as transformações no mundo, e analisando a ética na perspectiva do cidadão, esta não deve ser mutável. A ética permanece independentemente de gerações.

II. Ética e moral se convergem.

III. Assim como os princípios do homem são mutáveis, a ética também muda e se adapta a eles.

IV. A ética, por ser um preceito da sociedade, acompanha as mudanças culturais e temporais, alterando assim a resposta para determinadas situações.

Assinale a alternativa correta:

- a) As afirmativas I, II, III e IV são verdadeiras.
- b) Apenas as afirmativas II e III são verdadeiras.
- c) Apenas as afirmativas II, III e IV são verdadeiras.
- d) Apenas as afirmativas I e IV são verdadeiras.
- e) Apenas as afirmativas I e III são verdadeiras.

3. Ao pensamento ético comumente chamam a atenção os profissionais de Relações Públicas, sobretudo por sua influência na opinião pública e na formação da sociedade contemporânea. A ética é constantemente suscitada pelo olhar do profissional de Relação Públicas como princípio de suas atividades, já que ele trata de relacionamentos e de estruturas organizacionais com características próprias, sendo elas públicas ou privadas e setores organizados da sociedade civil. As atividades de planejar, gerir processos e orientar para procedimentos e técnicas, tarefas do Relações Públicas, requerem um direcionamento alinhado a essas áreas e públicos, como transparência, respeito, interpretação condizente aos interesses e às necessidades por meio de uma comunicação integrada.

Com base nesse contexto, e considerando as atividades do profissional de Relações Públicas, quais sejam, planejar, gerir processos e orientar para procedimentos e técnicas, do ponto de vista ético, quais seriam, alinhados às áreas de atuação e público, os princípios desse profissional? Assinale a alternativa correta:

- a) Respeito aos interesses e às necessidades somente dos clientes em potencial.
- b) Transparência, respeito, interpretação condizente aos interesses e às necessidades por meio de uma comunicação integrada.
- c) Procedimentos e técnicas requerem princípios éticos alinhados à direção da empresa.
- d) Comunicação integrada aos benefícios do público interno, já que o profissional de RP exerce uma função, cujo principal alvo são os colaboradores.
- e) Transparência e respeito ao público externo e informações apenas sobre processos ao público interno.

Referências

- ANDRÉ, Alberto. **Ética os códigos da comunicação social**. 2. ed. São Paulo: Sulina, 1979.
- ANITA, Erika. Um pouco sobre a corrupção: conceitos e medidas. **Comunicação e Política**, 23 fev. 2016. Disponível em: <http://comunicacaoepolitica.com.br/blog/2016/02/um-pouco-sobre-a-corruptao-conceitos-e-medidas/>. Acesso em: 22 mar. 2017.
- ARISTÓTELES. **Ética a nicômaco**. 6. ed. São Paulo: Martin Claret, 2001.
- AZEVEDO, Fernando. Corrupção, mídia e escândalos midiáticos no Brasil. **Revista Em Debate**, Belo Horizonte, v. 2, n. 3, p. 14-19, 2010. Disponível em: http://www.pucsp.br/neamp/artigos/arquivos/artigo_97.pdf. Acesso em: 23 mar. 2017.
- BARBEIRO, Heródoto. Chapéu de Credibilidade. **JR News**, 27 jan. 2016. Disponível em: <http://noticias.r7.com/blogs/herodoto-barbeiro/2016/01/27/chapeu-de-credibilidade/>. Acesso em: 30 mar. 2017.
- BARBOSA, Rui. **A imprensa e o dever da verdade**. São Paulo: Papagaio, 2004.
- BRASIL. Integridade para pequenos negócios. **Sebrae**, Brasília, 2015. Disponível em: <http://www.cgu.gov.br/Publicacoes/etica-e-integridade/arquivos/integridade-para-pequenos-negocios.pdf>. Acesso em: 8 abr. 2017.
- _____. **Lei nº 8.429, de 2 de junho de 1992**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8429.htm. Acesso em: 11 abr. 2017.
- BREI, Zani Andrade. Corrupção: dificuldades para definição e para um consenso. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 30, n. 1, 1996. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rap/article/view/8128>. Acesso em: 23 mar. 2017.
- CARDOSO, Clodoaldo M. Ciência e ética: alguns aspectos. **Revista Ciência & Educação**, Bauru, v. 5, n. 1, p. 1-6, 1998. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ciedu/v5n1/a01v5n1.pdf>. Acesso em: 7 mar. 2017.
- CARTA CAPITAL. Veja e cachoeira: as provas definitivas da parceria. **Carta Capital**, 10 ago. 2012. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/veja-e-cachoeira-as-provas-definitivas-da-parceria>. Acesso em: 23 mar. 2017.
- CHAUI, Marilena. **Convite à filosofia**. 12. ed. São Paulo: Ática, 2002.
- CORTELLA, Mario Sergio. Ética é o conjunto de valores e... **O Pensador**. Disponível em: <https://pensador.uol.com.br/frase/MTMyMjcZnQ/>. Acesso em: 10 abr. 2017.
- CUORE, Raul Enrique. Ética e ciência: urgência do debate. **Web artigos**, 9 jul. 2009. Disponível em: <http://webartigos.com/artigos/etica-e-ciencia-urgencia-do-debate/21160>. Acesso em: 7 mar. 2017.
- FERREIRA, Manuel Alceu Afonso; BARBOSA, Rui. **A imprensa e o dever da verdade**. São Paulo: Papagaio, 2004.

FILGUEIRAS, Fernando. **A corrupção na política**: perspectivas teóricas e metodológicas. Juiz de Fora: PUC/RIO, 2006. Disponível em: <http://www.cis.puc-rio.br/cis/cedes/PDF/cadernos/cadernos%205%20-%20Caderno%20Cedes%20Filgueras.pdf>. Acesso em: 11 abr. 2017.

_____. A tolerância à corrupção no Brasil: uma antinomia entre normas morais e prática social. **Opinião Pública**, Campinas, v.15, n. 2, nov. 2009. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-62762009000200005. Acesso em: 24 mar. 2017.

FOLHA DE S. PAULO. Entenda o caso Cachoeira, que será alvo de CPI no Congresso. 2012. **Folha de São Paulo**, 13 abr. 2012. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2012/04/1075181-entenda-o-caso-cachoeira-que-sera-alvo-de-cpi-no-congresso.shtml>. Acesso em: 22 mar. 2017.

GALLAS, Daniel. Escândalo da Siemens 'ensinou' empresários alemães a não pagar propina. **BBB Brasil**, 13 ago. 2013. Disponível em: http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2013/08/130812_siemens_escandalo_dg. Acesso em: 9 abr. 2017.

JORNAL DA PARAÍBA. Lava Jato: João Santana e Mônica Moura assinam acordo de delação. **Jornal da Paraíba**, 4 abr. 2017. Disponível em: http://www.jornaldaparaiba.com.br/politica/noticia/183046_lava-jato--joao-santana-e-monica-moura-assinam-acordo-de-delaacao. Acesso em: 8 abr. 2017

KANT, Immanuel. **Fundamentação da metafísica dos costumes**. Lisboa: Edições 70, 1995.

KARAM, Francisco José. **Jornalismo, ética e liberdade**. 3. ed. São Paulo: Summus Editorial, 1997.

LA TAILLE, Yves de. **Moral e ética**. São Paulo: Artmed, 2006.

LEÃO, Emmanuel C.; KOSOVSKI, Ester (Org.). **Ética e Comunicação**. 4. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2008.

MEDEIROS, Alexandre M. Ética e política. **Portal Consciência Política**, abr. 2016. Disponível em: <http://www.portalconscienciapolitica.com.br/etica-e-politica/>. Acesso em: 6 jun. 2017.

MICHAELIS. Integridade. Disponível em: <http://michaelis.uol.com.br/busca?id=D9d4P>. Acesso em: 6 jun. 2017.

MORAES, Madson de. Leandro Karnal é pop. **Revista Trip**, 14 jun. 2016. Disponível em: <http://revistatrip.uol.com.br/tpm/entrevista-com-o-historiador-e-professor-leandro-karnal>. Acesso em: 8 abr. 2017.

PEREIRA JUNIOR, Luiz C. **Guia para a edição jornalística**. 4. ed. São Paulo: Vozes, 2012.

PORTAL TERRA. Inquérito da PF aponta ligação entre Cachoeira e revista 'Veja'. **Terra**, 30 abr. 2012. Disponível em: <https://goo.gl/DHQYYY>. Acesso em: 22 mar. 2017.

ROSE-ACKERMANN, Susan. *Corruption and Government*. New York: Cambridge University Press, 1999.

SANTOS, Joelma C.; TEIXEIRA, Ranessa L.; SOUZA, Nori L. G. *Filosofia ética e sociedade*.

Portal Consciência Política, 2013. Disponível em: <http://www.portalconscienciapolitica.com.br/products/filosofia-etica-e-sociedade/>. Acesso em: 7 mar. 2017.

TURRA, Maurício. **Indicadores de sustentabilidade para a indústria da comunicação**. São Paulo: ABRAP, 2017. Disponível em: http://www.abap.com.br/pdfs/publicacoes/abap_espm_indicadores.pdf. Acesso em: 7 abr. 2017.

UOL. José Mayer me assediou. **Blog #Agora é que são Elas**, 31 mar. 2017. Disponível em: <http://agoraquesaoelas.blogfolha.uol.com.br/2017/03/31/jose-mayer-me-assediou/>. Acesso em: 8 abr. 2017.

O profissional de comunicação ante a pesquisa científica

Convite ao estudo

Depois de analisarmos os conceitos de ética, moral e leis e refletirmos sobre eles, vamos juntos transitar pela aplicabilidade deles no campo da comunicação e de outras áreas relacionadas. Começamos, então, a discutir a opinião pública no contexto contemporâneo, tendo-a como ponto alto de toda nossa discussão de agora em diante. Desde o século XX, a comunicação se notabilizou pelo surgimento dos meios de transmissão de massa, como o jornal, o rádio, a televisão, a internet e outras formas de debate, tendo a informação abarcado um amplo e diversificado público. Daí constitui-se a opinião pública, com a participação popular nessas plataformas por meio de seus grupos, com características específicas, em seus ambientes sociais também distintos, para o controle das diretrizes da sociedade. A partir da discussão sobre opinião pública, ingressaremos em sua abordagem internacional, contextualizando-a na perspectiva da sociedade moderna, avançando para o cenário das novas tecnologias. Sob o pilar científico, vamos considerar a ação da Antropologia e da Sociologia com uma metodologia que envolve as ciências humanas e seus modelos políticos, tendo como protagonistas os grupos sociais que complementam o aparato da opinião pública. Vamos, então, refletir e dialogar no contexto da moralidade e da ética.

Seção 2.1

Práticas consideradas imorais pela opinião pública internacional e ilegais na maioria dos países

Diálogo aberto

Para discutir ética e moral no contexto da opinião pública, vamos relembrar um caso que ganhou repercussão na mídia em abril de 2017, que foi o *fair play*¹ do zagueiro Rodrigo Caio, do São Paulo Futebol Clube. Em jogo contra o Corinthians, no dia 16/4/2017, ele disputava a bola com o atacante adversário Jô, quando, acidentalmente, acertou a perna do goleiro de seu próprio time, Renan Ribeiro. O juiz Luiz Flávio de Oliveira entendeu que quem havia cometido a infração teria sido o atacante alvinegro, aplicando-lhe o cartão amarelo, mas Rodrigo Caio fez questão de dizer ao juiz que havia sido ele o responsável pela infração e não o jogador adversário. Com esse gesto, o árbitro anulou o cartão. O fato gerou muitas discussões tanto na imprensa quanto no meio do futebol e nas redes sociais. Em todos, houve quem concordasse e quem discordasse firmemente da atitude do jogador, principalmente a imprensa, que ficou dividida. Aquela era a primeira das duas partidas da semifinal do Campeonato Paulista entre São Paulo e Corinthians. No final, o Corinthians é que acabou passando de fase por ter vencido aquele jogo por 2 a 0 e, depois, empatado por 1 a 1 na segunda partida. Ocorre que, se o jogador Jô tivesse recebido o cartão amarelo, ele não participaria do jogo seguinte, pois aquele seria o seu segundo cartão, o que poderia ajudar o São Paulo, já que o atacante é o principal goleador do time corintiano e foi o responsável por dois dos três gols de seu clube nas duas partidas. Em entrevista ao Canal Fox Sports, o zagueiro disse que não se arrependeu do *fair play* e que fez a coisa certa. A opinião pública ficou dividida. O argumento de quem defendeu o zagueiro foi o de que ele teria sido honesto e o país precisaria de pessoas assim, diante de tanta corrupção. Quem criticou o fez sob o argumento de que o comportamento no futebol deveria ser diferente do da vida real e de que, com isso, ele poderia ter contribuído para a saída do São Paulo do Campeonato Paulista. Qual sua opinião sobre isso? Se você fosse o assessor do Rodrigo

¹ *Fair play* significa jogo justo.

Caio, que posição tomaria? Para mais informações sobre o fato, segue o vídeo: <https://goo.gl/TcW8kU>. Acesso em: 12 jul. 2017.

Não pode faltar

Comunicação política e opinião pública

Você já parou para pensar que a opinião pública é um instrumento balizador da sociedade? Como entender a sociedade e se dirigir a ela sem a resposta da opinião pública? No entanto, discutir opinião pública requer uma abordagem da comunicação política, já que ambos os temas têm uma relação muito próxima, e um facilita o entendimento do outro. A comunicação política é responsável pelas mensagens veiculadas em um sistema político, independentemente de ser público ou privado, de ser Estado ou sociedade. Em qualquer que seja o grupo, sempre haverá um poder político que delimitará a comunicação. Em regimes democráticos, o fluxo de informação se divide entre as elites e a opinião pública, de um para o outro ou de outro para um. Em regimes autoritários, a opinião pública perde sua representatividade, e a comunicação torna-se unilateral. A comunicação política se pauta pela opinião pública, que, por sua vez, se divide em grupos sociais abertos e específicos.

Explica Radenovic (2006, p. 98) que “o conceito de opinião pública foi elaborado e desenvolvido na segunda metade do século XX [...], embora sem uma definição precisa”. A partir de então, esse recurso de comunicação passou a ser observado. O mesmo autor cita Lazarsfeld, Berelson e Gaudet (1944) e Berelson, Lazarsfeld e Mcphee (1954) para explicar que a opinião pública internacional se desenvolve desde que foi introduzido o regime liberal no Estado moderno. Para que a opinião pública se estabeleça, é necessário que haja canais para sua veiculação, o que o autor chama de centros, os quais são os meios de comunicação (jornal, revista, rádio, TV, internet, entre outros). Eles representam o parlamento para a sociedade civil, agindo de forma contrária ao segredo de Estado.

Torquato (2002, p. 77) vê a opinião pública como a chave para a compreensão dos fenômenos sociais da natureza. “É uma arma de defesa contra as ameaças de sistemas autoritários, uma ferramenta de avanços e mudanças e uma câmara de eco das grandes demandas sociais”. Ela nasce a partir de ideias e crenças individuais que se juntam em núcleos verticais, os quais representam as classes

sociais, e horizontais, espalhando-se pelos espaços geográficos e sendo conduzida pela comunicação pública. Sendo assim, ela se estabelece por fatores psicológicos, sociológicos e históricos, os quais se enquadram no campo da razão, de atitudes pessoais e grupais, assim como de crenças e ideologias. É influenciada por fatores distintos, como os elementos da natureza e ambientais, e por percepção diante de eventos históricos e pessoas. Torquato (2002) ainda reforça que a opinião pública não é um fenômeno estagnado. Ou seja, ela muda de acordo com idade, valores e princípios de cada tempo, tal como a ética, adaptando-se a ciclos históricos, como é o caso da moda com suas tendências, que envolvem estilos, cores etc. A opinião pública varia também de acordo com a classe social, com regiões, padrões e normas estabelecidas. A opinião pública é ainda determinada por outros fatores, como necessidades (básicas ou não), impulsos, sentimentos, tais como solidariedade, maternidade, amor, entre outros. Reforça ainda Torquato (2002) que ela é sustentada pela indústria da comunicação e pela sociedade organizada, que representam a mídia.

A compreensão da opinião pública como objeto deve considerar a qualidade dada à opinião: é pública porque é externa, oriunda de grupos abertos e não privados. E por se tratar de opinião, não há, necessariamente, comprovação científica para o seu resultado, o qual se pode discutir e do qual se pode discordar. Ela tem uma característica relevante do campo da comunicação, que é a de fomentar o debate aberto, próprio de sociedades que vivem em regimes democráticos.

No âmbito mundial, a opinião pública pode ser tratada de política internacional, ou política externa, e se relaciona a fenômenos mundiais. Nos Estados Unidos, por exemplo, as pesquisas de opinião sobre políticas públicas datam de dois importantes períodos: da década de 1940 a 1960, a partir do fim da Segunda Guerra Mundial, e da Guerra do Vietnã (de 1955 a 1975), com as análises e proposições da opinião pública sobre o tema (HOLSTI, 2001 apud FARIA, 2008). Em todo o mundo, a opinião pública dita as regras e leva à formulação de leis que regulam as relações entre Estados e instituições da sociedade, e esse é um de seus importantes papéis.



Assimile

A base para que seja lançada a opinião pública está na comunicação, que se utiliza de plataformas, como a TV, o rádio, os jornais e as revistas, e dos

instrumentos de lazer, como o cinema, o teatro, a música, a dança etc. Outros canais estão nas entidades intermediárias (TORQUATO, 2002) ou nas representações da sociedade que, por seus próprios meios, mobilizam e articulam a comunicação para a mídia de massa.

Ciência e ética na sociedade moderna

A discussão sobre ciência e ética inicia-se na concepção filosófica dos termos, relacionados ao fator humano. A ciência permeia as sociedades modernas e deve ser analisada a partir do impacto em aspectos históricos, culturais, comportamentais e temporais. A ética, na sociedade moderna, funciona como um instrumento balizador para o direcionamento da pesquisa científica, já que ela sinaliza para aspectos que possam fugir da moralidade. Além disso, esteve bastante presente em alguns casos, como os de clonagem, de células-tronco, para citar alguns, e também as pesquisas sobre bomba nuclear. Em suma, a existência da ética provoca nos cientistas e pesquisadores o chamamento para reflexões e questionamentos sobre valores morais envolvidos. Não por acaso os trabalhos científicos precisam ser submetidos a comitês de ética e pesquisa quando envolvem seres humanos ou animais.

Ainda a propósito dos valores éticos e morais, Gloria (2016) lembra o caso da robótica, em que um robô não pode ser projetado para causar algum mal a pessoas. E também a polêmica envolvendo a autorização ou não do aborto nos casos relacionados à epidemia do Zika vírus, transmitido pelo *Aedes aegypti*, que estaria provocando a microcefalia. O caso foi bastante debatido pela opinião pública, pois a legislação brasileira estabelece que uma gravidez só pode ser interrompida quando representar risco à vida da mãe.



Exemplificando

Conforme verificamos, a ética está ligada ao estabelecimento de princípios ligados a grupos ou regiões. Um caso que pode ilustrar essa afirmativa é o da prisão do ator George Clooney, ocorrida em 2012. Ele foi algemado e preso em frente à embaixada do Sudão, por protestar contra as ações do então presidente Omar al Bashir daquele país. Ele, seu pai e outros ativistas ignoraram os pedidos dos policiais para deixar a área destinada à embaixada. Ao criticar o governo sudanês, reclamou:

“precisamos de ajuda humanitária para evitar que o Sudão vivencie a pior crise humanitária do mundo”, e pediu o fim das mortes e dos ataques indiscriminados a homens, mulheres e crianças. O motivo da prisão foi desobediência civil por protestar contra um governo estrangeiro. A atuação do ator, acompanhada de sua prisão, tornou-se um recurso de comunicação para chamar a atenção da opinião pública para o fato, já que a participação de uma celebridade, como é o caso de Clooney, tem um apelo midiático forte. Esse é um recurso utilizado por entidades, como Unicef, por exemplo, quando nomeia figuras da mídia para serem embaixadores de suas causas.

Práticas consideradas imorais pela opinião pública

Com o tema corrupção em alta, na mesma proporção, vemos expressões como ética, moralidade e integridade também no topo das discussões. No Brasil, a Operação Lava Jato, que, de um lado, representa um risco de perda de poder por parte de autoridades políticas, algumas já acostumadas às benesses proporcionadas pelas urnas, de outro, traz uma luz de esperança sobre o fim da impunidade, principalmente quando acompanhamos penas duras a figuras antes intocáveis da política. Porém, isso ainda significa o início de uma longa caminhada. Em meio a denúncias, delações, prisões e devolução de recursos obtidos de forma ilegal, em 2016, como se nada estivesse acontecendo, surge o caso Geddel Vieira Lima, explicado pelo jornal Estadão como “a persistência da confusão entre o público e o privado, que se manifesta especialmente na concepção segundo a qual o Estado é propriedade de quem está no poder e, portanto, deve servir aos interesses privados das autoridades” (edição de 23/11/2016). O então ministro da Secretaria de Governo do presidente Michel Temer teria usado a máquina do Estado a favor de seus negócios particulares, quando determinou ao responsável pela Cultura, Marcelo Calero, o fim do embargo das obras de um edifício no qual ele era proprietário de um apartamento, pelo Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan), já que o órgão pertence àquela pasta. O imóvel localiza-se em Salvador (BA), sua base eleitoral. O embargo se deu porque o imóvel havia sido construído de maneira ilegal e sob risco.

Geddel Vieira Lima é baiano. Foi ministro da Integração Nacional do governo Lula (PT) entre 2007 e 2010. Antes, defendeu o governo de Fernando Henrique Cardoso (PSDB), quando era crítico do petista.

Ingressou no meio político na década de 1980 como assessor da Casa Civil na Prefeitura de Salvador. Foi candidato derrotado tanto ao Senado quanto ao governo do estado da Bahia. Seu nome aparece na lista dos denunciados da Operação Lava Jato e aparecia também, em 1993, no escândalo dos Anões do Orçamento, operado por parlamentares acusados de desvio de verbas, por meio da criação de emendas com a participação de empreiteiras.

Segundo o jornal, o caso serviu para nos mostrar que estamos longe ainda de dar o passo rumo à ética na política. O caso foi trazido à opinião pública por Calero que, não suportando a pressão para impedir que o prédio fosse embargado, pediu demissão do cargo. Geddel ainda resistiu alguns dias no ministério, mas acabou saindo por não ter mais argumentos nem clima que sustentassem sua permanência. Em entrevista ao jornal Folha de S.Paulo, Calero explicou que foi procurado por Geddel com a ordem de liberar a obra sob a ameaça de pedir a saída da diretoria do Iphan e de falar com o presidente da República. Ao ser abordado pela imprensa, ele questionou que ilegalidade haveria nesse tipo de pedido e que imoralidade haveria em tratar do assunto com um colega? Para o editorial do Estadão, “quando um ministro de Estado flagrado em claro conflito de interesses questiona, em tom de indignação, onde está a imoralidade de seu ato, confirma-se que o rebaixamento dos padrões morais na política nacional não é um fenômeno isolado”. O ministro ainda foi apoiado pelo presidente da Câmara, Rodrigo Maia (DEM-RJ), que argumentou ter o apoio do Parlamento e a confiança por seu papel de articulador político no período de transição do governo Dilma para o de Temer.

Fatos como este vão ao encontro das considerações de Filgueiras (2009), para o qual os casos de malversação dos recursos públicos e suposta imoralidade do brasileiro representam uma vertente interpretativa do pensamento político e social do Brasil, que é a do patrimonialismo. Isso nos leva a supor que a tradição política brasileira não respeita, ou não enxerga, a linha que separa o público do privado, demonstrando estarmos ainda um tanto longe de um exemplo de Estado moderno legitimado por normas impessoais e racionais. “O patrimonialismo é a mazela da construção da República [...]” (FILGUEIRAS, 2009, p. 388).



Não são recentes os casos de políticos e empresários que investem seus recursos em paraísos fiscais. Na sua opinião, essa é uma prática ilegal? Os investidores desses locais violam a ética? Primeiro, vamos entender o conceito. Paraísos fiscais são localidades do continente que oferecem oportunidades de investimentos com taxas de impostos muito reduzidas ou zeradas e com forte sigilo bancário dos investidores. Ou seja, uma pessoa que tem determinado valor em dinheiro e não quer correr riscos de redução do investimento nem ser identificada, não vinculando seu nome à conta, aplica nesses locais. As taxas de juros são satisfatórias e não sofrem desgastes monetários. Reportagem da revista Exame (15/11/2015) aponta os dez principais paraísos fiscais do mundo. São eles: 1° Suíça, 2° Hong Kong, 3° Estados Unidos, 4° Singapura, 5° Ilhas Cayman, 6° Luxemburgo, 7° Líbano, 8° Alemanha, 9° Bahrein e 10° Emirados Árabes. Agora, cabe a você avaliar a questão ética ou legal desses paraísos.

Por que os paraísos fiscais se tornaram alvo de investigações?

Certamente, a resposta estaria não no fato de existirem esses paraísos, mas na ilegalidade dos recursos ali depositados. Depois de inúmeras investigações e suspeitas de crime, em 2008, a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) passou a exigir transparência na política de impostos e a quebra de sigilo de clientes por autoridades estrangeiras. Sabe-se, porém, que isso não provocou muitas mudanças. Como explica Vanessa Barbosa, da revista Exame (2015), o problema não estaria apenas na tentativa de fugir do fisco do próprio país, mas também na origem duvidosa do dinheiro, oriundo, muitas vezes, do tráfico de drogas, de armas, da corrupção e do terrorismo. Segundo o estudo Financial Secrecy Index, desenvolvido em novembro de 2015 pelo coletivo Tax Justice Network (TJN), a propósito dos paraísos fiscais, o sigilo abre espaço para diversos males, como peculato, abuso de informação privilegiada, suborno, lavagem de dinheiro, entre outros. O TJN é constituído por um grupo de profissionais variados, entre os quais estão economistas, advogados e contadores. Em seu relatório, consta que até aquele mês do ano haviam sido investidos US\$ 32 trilhões.

No entanto, os problemas não estariam concentrados apenas na origem do dinheiro aplicado nos paraísos fiscais. Outro estudo, do Financial Transparency Coalition, também registrado pela Exame,

apontou que os países mais pobres são os mais prejudicados com as contas secretas da Suíça, embora os ricos também sejam afetados por conta da evasão fiscal. Segundo a Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento (Unctad), a perda de recursos vai de US\$ 190 bilhões a US\$ 290 bilhões por ano. Aí está o grande mal causado pela existência dos paraísos fiscais, o desvio de recursos que poderiam promover o desenvolvimento de países.



Pesquise mais

O vídeo a seguir, produzido pela TV Cultura em 2012, traz uma reportagem especial sobre os paraísos fiscais. Mostra os principais paraísos e um ranking dos países que oferecem esse serviço, incluindo até mesmo o Brasil. A matéria procura apresentar o tema de forma bastante imparcial, contribuindo assim para uma reflexão sobre o papel desses locais de investimentos.

Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=T5jNc_d9U78.
Acesso em: 26 jun. 2017.

Sem medo de errar

Antes de analisar o caso Rodrigo Caio, é preciso que retomemos os conceitos de ética, moralidade e integridade. A ética se aplica à filosofia quando se refere às atitudes do indivíduo em busca de sua felicidade e bem-estar, considerando os princípios da moralidade e dos bons costumes, os quais se relacionam aos padrões culturais de cada pessoa. As ações e reações de um cidadão ético serão praticadas independentemente da ocasião ou do local onde ele estiver. Entre as definições encontradas, a ética é uma batalha contra descuidos da conduta humana. Na profissão, representa atender às determinações de um conjunto de normas que devem reger a conduta do indivíduo. A moralidade é a qualidade da moral. Uma pessoa que age a partir de princípios de moralidade preocupa-se com injustiças, persegue a honestidade e a dignidade em relação a outra pessoa que faz parte de determinado contexto. A consciência moral promove o espírito de justiça e de honradez. A primeira definição que se pode dar à integridade é a qualidade do que é íntegro ou completo. Ou seja, uma pessoa íntegra não pode ser ética e não ética ao mesmo tempo, já que é uma virtude que o cidadão carrega consigo durante toda sua vida.

Figura 2.1 | Uma opinião de quem faz parte do meio futebolístico



Fonte: http://www.scoopnest.com/es/user/Esp_Interativo/854104185314213888. Acesso em: 26 jun. 2017.

O *fair play* de Rodrigo Caio não foi o único. Entre os casos de que se tem conhecimento, há o do atacante boliviano Marcelo Moreno, que jogou no Cruzeiro. Numa partida contra o Botafogo, o juiz entendeu que o lateral Junior Cesar havia recuado a bola e, com isso, puniria o time adversário. Moreno assumiu perante o árbitro que havia encostado na bola e a punição não foi aplicada. Na Inglaterra, em determinado jogo, quando o Leicester perdia de 1 a 0 para o Nottingham Forest pela Copa da Liga Inglesa, o jogador Clive Clarke sofreu um ataque cardíaco. A partida foi cancelada no intervalo de jogo com absoluta concordância do time perdedor. O alemão Klose também fez história sob o olhar da ética. Quando jogava pelo Werder Bremen, abriu mão de um pênalti marcado pelo juiz em partida contra o Arminia Bielefeld. O próprio Klose admitiu ao juiz que a infração não aconteceu. E essa não foi sua única vez. Em outra partida contra o Napoli, como a arbitragem não viu, ele mesmo avisou que tinha colocado a mão na bola, o que é permitido somente ao goleiro. Diante disso, não é difícil afirmar que o zagueiro do São Paulo, assim como os demais jogadores, citados em outros momentos, agiram com ética no *fair play*. O assessor de imprensa do jogador deve aproveitar a ocasião para promover o nome de seu assessorado na mídia, trabalhando uma mensagem positiva embasada em valores éticos e morais, o que jamais seria contestado por qualquer outra pessoa e que poderia provocar um aumento no valor do passe do zagueiro. A imprensa, ágil, tal qual a opinião pública, apesar de se tratar de um caso de ética, ficou dividida.

O juiz e a opinião pública

Descrição da situação-problema

Em dezembro de 2016, o juiz Sergio Moro, responsável por alguns processos da Laja Jato, foi flagrado conversando animadamente com o senador Aécio Neves (PSDB), citado na operação. Na foto, ele aparece sentado junto a outras figuras do partido e do governo, como o ministro da Fazenda, Henrique Meirelles, o governador de São Paulo, Geraldo Alckmin, e o presidente Michel Temer. O fato aconteceu em dezembro de 2016, quando Moro recebeu o título de Brasileiro do Ano na Justiça, prêmio concedido pela revista IstoÉ, em cerimônia ocorrida em São Paulo. Naquele período, a operação Lava Jato transcorria normalmente, com muitos depoimentos, nos quais o senador havia sido citado em delações da Odebrecht e da OAS, empresas denunciadas por pagarem propinas a políticos e autoridades do governo, com o objetivo de obter benefícios em licitações. Aécio também estava sendo investigado pelo recebimento de propina da estatal Furnas, mas ele negava todas as acusações. A foto, postada nas redes sociais da internet, foi encarada como uma prova de que o juiz pretendia poupar políticos do PSDB por ter afinidade ideológica com eles, segundo noticiou o site do UOL (7/12/2016). Diante desse fato, ficam os questionamentos: o juiz feriu princípios éticos? Como deveria agir seu assessor de imprensa diante de um caso como esse?

Resolução da situação-problema

Primeiro, vamos analisar o fato envolvendo o juiz para, depois, discutir o papel do assessor. Sergio Moro, além de ser um magistrado, é um cidadão que possui suas relações de amizade, sendo assim, razão pela qual nada o impede de ser amigo de quem quer que seja. O maior problema é que, por conta de seu cargo e da função que vem exercendo, não seria ético demonstrar isso em público e da forma mais amistosa possível, justamente quando aqueles nomes estavam em evidência, de forma negativa. Sim, porque, além de Aécio Neves, o governador de São Paulo, Geraldo Alckmin, e o próprio presidente da República, Michel Temer, vinham sendo citados nas delações. Enfim, trata-se de uma atitude que

pode colocar em dúvida, perante a opinião pública, seus princípios de integridade. O trabalho do profissional de comunicação, na sua assessoria ao juiz, considerando os cuidados com a ética, deveria iniciar no momento em que o convite foi recebido. Assim, tanto ele quanto seu assessorado teriam agido de forma ética. É importante lembrar que agir eticamente significa respeitar as regras e determinações impostas pela sociedade. Nesse sentido, podemos afirmar que houve falha nesse quesito. Ele deveria investigar quem mais estaria na cerimônia, para preparar seu cliente sobre como agir em relação aos convidados ali presentes e também quanto à opinião pública, já que, por se tratar de um evento de destaque, a mídia reproduziria. Dessa forma, a orientação do assessor ao juiz deveria ser a seguinte: cumprimentar a todos com respeito, evitar aproximação, receber o prêmio e deixar o local. O próprio assessor é quem deveria fazer os contatos com os convidados, justificando a postura do juiz e seu dever ético.

Faça valer a pena

1. Opinião pública e comunicação política têm uma relação muito próxima, e uma facilita o entendimento da outra. Em regimes democráticos, a opinião pública age em resposta ao posicionamento das elites. Na ditadura, ela perde sua representatividade.

Qual é a relação da comunicação política com a opinião pública? Por que uma se conecta com a outra?

I. A comunicação política impede que as mensagens veiculadas interfiram nos objetivos da opinião pública, que é de se posicionar diante dos fatos.

II. A comunicação política não responde pelas mensagens de um sistema político. Sua relação com a opinião pública se concentra apenas no âmbito conceitual.

III. A comunicação política é responsável pelas mensagens veiculadas em um sistema político, independentemente de ser público ou privado, de ser Estado ou sociedade.

IV. A comunicação política se pauta pela opinião pública, que, por sua vez, se divide em grupos sociais abertos e específicos.

Assinale a alternativa com as duas afirmativas CORRETAS:

- a) I e IV.
- b) I e III.
- c) II e III.
- d) III e IV.
- e) II e IV.

2. Para que a opinião pública se estabeleça, é necessário que haja instrumentos para sua veiculação, chamados de centros de comunicação. Eles representam o parlamento para a sociedade civil.

Quais seriam esses centros que representam os canais de veiculação da opinião pública?

- a) Publicidade, relações públicas e assessorias de imprensa.
- b) Internet e redes sociais.
- c) Jornal, revista, rádio, TV, internet, entre outros similares.
- d) Jornais e revistas empresariais.
- e) Partidos políticos e casas legislativas.

3. Paraísos fiscais são localidades do continente que oferecem oportunidades de investimentos com taxas de impostos muito reduzidas ou zeradas e com forte sigilo bancário dos investidores. Ou seja, uma pessoa que tem determinado valor em dinheiro e não quer correr riscos de redução do investimento nem ser identificada, não vinculando seu nome à conta, aplica nesses locais. As taxas de juros são satisfatórias e não sofrem desgastes monetários.

Do ponto de vista internacional, os paraísos fiscais são recursos legais para investimento de recursos. O que justifica serem alvo de investigações?

A seguir, indique V para as afirmativas verdadeiras e F para as falsas:

- 1. Como não há necessidade de identificação, não há como se saber de onde vem o dinheiro ali aplicado. ()
- 2. Os investimentos em paraísos fiscais são oportunidades de negócios que favorecem apenas os investidores que agem fora da lei. ()
- 3. Todas as instituições que permitem paraísos fiscais são alvo de investigações por essa não ser uma atividade legal. ()
- 4. O problema estaria na origem duvidosa do dinheiro, oriundo, muitas vezes, do tráfico de drogas, de armas, da corrupção e do terrorismo. ()
- 5. Fugir do fisco do próprio país significa beneficiar mais nações alheias e menos sua própria, o que gera desconforto político. ()

Agora assinale a alternativa com a associação CORRETA:

- a) 1 – V; 2 – V; 3 – F; 4 – F; 5 – V.
- b) 1 – V; 2 – F; 3 – F; 4 – V; 5 – F.
- c) 1 – F; 2 – F; 3 – V; 4 – F; 5 – V.
- d) 1 – V; 2 – V; 3 – V; 4 – F; 5 – F.
- e) 1 – F; 2 – F; 3 – V; 4 – V; 5 – F.

Seção 2.2

A busca de uma investigação que leve em conta o fator humano

Diálogo aberto

Caro aluno, nosso ponto de partida para esta seção é compreender a investigação acerca do fator humano. Sendo assim, as discussões se dão a partir do capital humano e do que gira ao seu redor, como responsabilidade social e sustentabilidade. Dessa forma, vamos começar com uma indagação bastante reflexiva. Até que ponto a mídia aparelha a sociedade com informações suficientemente relevantes e necessárias sobre as tecnologias sociais, com o intuito de vencer os desafios da sustentabilidade? Temos acompanhado um certo crescimento de espaços na imprensa destinados a apresentar a participação das empresas em programas sociais e sustentáveis, mas há quem diga que as ações mostradas passam uma imagem irreal do que efetivamente vem sendo feito. O consultor empresarial Adão Machado Junior, em artigo no site Administradores¹, afirma que sustentabilidade é muito mais do que projetos ou campanhas em determinadas localidades e em certos períodos do ano, ou discussões sobre aquecimento global e desmatamento da Amazônia, campanhas cuja reprodução vão para a mídia. Ele questiona se o que se apresenta é o que realmente ocorre e critica que muitos empresários não fazem nem metade do que deveriam e que seus próprios colaboradores não são instruídos para a compreensão do termo. Por que isso ocorre? A falha estaria nos profissionais de comunicação? Como o trabalho de comunicação poderia resolver esse problema?

Não pode faltar

Iniciamos agora outra etapa de nosso aprendizado sobre legislação e ética na comunicação. Para isso, contamos com você para trilharmos juntos os caminhos da valorização do capital humano. Sim, porque ser ético é respeitar o indivíduo com suas características pessoais, sua culturalização, e contribuir para o bem-estar social.

¹Fonte: <http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/sustentabilidade-na-midia/31261/>. Acesso em: 2 maio 2017.

Dessa forma, navegaremos por temas, como responsabilidade social, sustentabilidade e fator humano, unindo-os às ciências naturais, humanas e sociais, na perspectiva do entendimento do profissional de comunicação.

Você já parou para pensar no valor do capital humano para as empresas? Por que as organizações se preocupam e precisam atentar para o bem-estar das pessoas, bem como a qualidade de vida delas no ambiente interno? Valorizar os recursos humanos é a forma mais acertada e eficaz de promover o bom desempenho da empresa, para a conquista de um empreendimento promissor e bem-sucedido. Isso porque é o homem o ponto de partida para o desenvolvimento. O insight, ou seja, o estalo, começou a partir do século XX, logo após a Revolução Industrial, quando os trabalhadores passaram a ser comparados às máquinas. Já não era só o trabalho artesão que interessava ao mercado, já que o mesmo produto poderia se reproduzir em milhares de outros, satisfazendo a inúmeras necessidades e interesses. Foi então que o trabalhador se tornou parceiro, colaborador, exercendo sobre as máquinas o papel de estrategista, planejador e articulador. Ou seja, as máquinas só funcionam quando programadas pelo homem. Contemplar o capital humano requer olhar para o entorno também, isto é, tudo aquilo que está relacionado, tanto os familiares, os vizinhos, quanto o meio ambiente, enfim, a comunidade. Isso se traduz em responsabilidade social. E como valorizar esse capital? Oferecendo a ele liberdade para ser feliz, utilizando-se de recursos que beneficiem toda a cadeia produtiva, incentivando essa cadeia para desenvolver ações que promovam o bem comum e com as quais todos saiam favorecidos: os profissionais, as organizações e o meio ambiente. Estamos falando em sustentabilidade. Assim, responsabilidade e sustentabilidade, associadas à liberdade, complementam a valorização humana. Bauman (2011, p. 115) considera que

quanto maior nossa liberdade individual, menos pertinente ela é para o mundo em que a colocamos em prática. Quanto mais tolerante o mundo se torna em relação às escolhas que fazemos, menos o jogo, o fato de jogarmos e o modo como jogamos estão abertos à nossa escolha.





Não vamos esquecer que a valorização dos recursos humanos de uma empresa é a melhor forma de melhorar seu desempenho e também contribuir para a conquista de um empreendimento promissor e bem-sucedido. Isso significa contemplar o capital humano nas estratégias empresariais. Para isso, é preciso olhar para o entorno também, ou seja, os familiares, os vizinhos, o meio ambiente, enfim, a comunidade. Isso se traduz em responsabilidade social.

Responsabilidade Social

Quando as empresas começam a olhar de fora para dentro ou de dentro para fora e se identificam como instrumentos cujas ações possam promover o bem-estar de todos, inclusive o delas, elas passam a desempenhar um papel voluntário com ações coletivas e não mais individuais. Nesse momento, pode-se dizer que elas estão ingressando no mundo da responsabilidade social. Mas as ações não deveriam ser impostas, seja pelo governo, com incentivos fiscais, seja por fornecedores, com descontos. É preciso que tenham como único objetivo o bem-estar coletivo, que todos os envolvidos sejam beneficiados, tanto os colaboradores (internos ou externos) quanto os negócios, a produtividade, o meio ambiente e a natureza.

No meio jornalístico, é elementar discutir responsabilidade social, dado o papel que desempenham o jornalista e as empresas de comunicação, sobretudo a imprensa que serve de palanque para a representação da sociedade. Cabe aqui enfatizar que a ética, a verdade e a imparcialidade são atributos que fazem parte do compromisso do profissional, sobretudo com a responsabilidade social. Se no mundo contemporâneo a mídia já possuía tais características, no mundo moderno isso configura um conjunto de transformações institucionais fundamentais que tiveram início na Europa na Idade Média. Para a Associação Brasileira de Imprensa (ABI), a informação no jornalismo representa bem social ao grande público e deve ser regida sob a responsabilidade social do jornalista em conformidade com uma consciência ética pessoal.

No meio corporativo, o tema adquiriu novos conceitos, como Responsabilidade Social Corporativa (RSC), Responsabilidade Social Empresarial (RSE) e Responsabilidade Social Ambiental (RSA). O primeiro (RSC) está mais relacionado ao negócio e aos seus

colaboradores internos ou externos, porém com olhar para dentro. O segundo (RSE) tem uma relação mais próxima dos *stakeholders* e da qualidade de vida de seu público geral (interno e externo), porém fora da empresa. O terceiro (RSA) está relacionado a valores humanos e atenção com o meio ambiente. Lembram Coutinho e Macedo-Soares (2002) que, no setor organizacional, junto ao conceito de responsabilidade social está o de cidadania empresarial, utilizado com o propósito de tornar aquele mais abrangente, contemplando os vieses econômico, legal, ético e filantrópico. Explicam os autores que, para uma organização ser transformada em empresa-cidadã, ela deveria, além de ser lucrativa, obedecer às leis, ser ética, seguir padrões estabelecidos pela sociedade e ser filantrópica, e ainda atuar em programas que proporcionem o bem-estar humano.

Em suma, a responsabilidade social é uma atribuição que ultrapassa a obrigatoriedade da lei, pois compreende o compromisso com a sociedade como um todo e com as comunidades locais e de seus colaboradores, na perspectiva do bem-estar de todos, nos investimentos assertivos, na qualidade dos produtos e serviços desenvolvidos e no sucesso dos negócios. Porém, o capital humano precisa ser renovado. Da mesma forma, a responsabilidade social, seja corporativa, empresarial, seja ambiental, também precisa ser repensada. Como reforçam Tapscott e Ticoll (2005), é intenso o debate sobre responsabilidade corporativa, principalmente no tocante ao relacionamento das empresas com a sociedade, com base no qual eles destacam três pontos de vista dominantes. O primeiro é a ótica da dívida com a sociedade, o segundo é o valor para os acionistas, e o último ponto é ficar bem fazendo o bem. O entendimento dos autores é de que as empresas são privilegiadas e protegidas pela sociedade. Sendo assim, em troca, devem contribuir além do que prevê a lei. “Alguns dos adeptos desse conceito julgam que as iniciativas corporativas na área da responsabilidade social são motivadas pelo interesse próprio – corrupto, no melhor dos casos, ou sinistro, no pior” (TAPSCOTT; TICOLL, 2005, p. 69). Quanto ao segundo ponto de vista, se as empresas colaboram com a sociedade por meio da oferta de produtos e serviços, de emprego, do pagamento de impostos e da geração de renda para os acionistas, precisam, em contrapartida, ser reconhecidas como éticas. O terceiro ponto, o de ficar bem fazendo o bem, relaciona-se ao bom comportamento para a lucratividade e está integrado aos novos modelos de gestão. “As

empresas devem levar em conta todos os fundamentos e alinhar sua estratégia baseada em valores com sua estratégia geral de negócios” (TAPSCOTT; TICOLL, 2005, p. 71).



Refleta

A responsabilidade social é uma atribuição que ultrapassa a obrigatoriedade da lei, pois compreende o compromisso com a sociedade como um todo e com as comunidades locais e de seus colaboradores, na perspectiva do bem-estar de todos, nos investimentos assertivos, na qualidade dos produtos e serviços desenvolvidos e no sucesso dos negócios. Esse compromisso com a sociedade, no contexto aqui apresentado, é uma outorga que cabe às empresas. Para uma sociedade responsável, como você imagina que deveria ser a atuação dessa sociedade com ela mesma?



Pesquise mais

O vídeo a seguir, produzido pelo Canal da Gestão Ambiental em parceria com o Sesi, reproduz, em forma de animação, o conceito de responsabilidade social contextualizado para o cenário brasileiro. Assista em: <https://www.youtube.com/watch?v=lwq1EVfFZds>. Acesso em: 5 jun. 2017.

Sustentabilidade

Em razão da amplitude e da significância do termo, é um tanto complexa a definição de sustentabilidade. Podemos afirmar que se trata de um conceito ou uma condição, cujas ações têm o propósito de atender aos desejos e às necessidades das gerações, sem comprometer as que ainda virão. Sustentabilidade está relacionada ao desenvolvimento social e econômico com atenção para a melhoria e a preservação da natureza. O Dicionário Eletrônico Houaiss (2009, p. 1.866) a define como “característica ou condição do que é sustentável”. A palavra origina-se do latim *sustentare* e quer dizer sustentar, apoiar e conservar. Para uma melhor compreensão, veja a pergunta a seguir e pense que sua resposta é sustentabilidade. Como se utilizar dos recursos da natureza, ser beneficiado com eles e ainda conservá-la e preservá-la para que não se desgaste e favoreça futuras gerações do planeta? O conceito de sustentabilidade, portanto, significa explorar de forma responsável os recursos do planeta para que se mantenha o equilíbrio entre o meio ambiente e os seres que o habitam.

Como já vimos antes a definição de sustentabilidade, temos a complementação que, por sua vez, é sinônimo de “conservação” e “manutenção”.



Assimile

Para melhor compreensão do tema e facilidade de assimilação, segue um vídeo produzido pelo Laboratório Achê que traz didaticamente o conceito de sustentabilidade.

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=HAtJgPODRs4>.
Acesso em: 2 jun. 2017.

E por que esse tema está em alta em pesquisas, nas salas de aula, na mídia e até nos bate-papos com os amigos? Porque o avanço tecnológico, o capitalismo e as várias possibilidades que se abrem para descobertas estão se mostrando, sem precedentes, como um mundo de realizações para o homem contemporâneo. Mas o preço que está sendo pago é o desgaste do ecossistema e o risco da vida de populações futuras, o que já começamos a presenciar hoje. Crescer, avançar, prosperar, progredir tanto científica quanto economicamente é o que se busca. Porém, melhorar o uso da matéria-prima, garantir a produção industrial, incrementar as atividades empresariais e obter os melhores resultados econômico-financeiros, preservando o meio ambiente e garantindo a preservação das espécies é o grande desafio, ou seja, equilibrar desenvolvimento tecnológico com desenvolvimento humano. O maior problema, o qual dificulta tal instigação, é que a chave não está nas mãos da maioria da população. Está ao alcance de quem detém o poder. Outro fator preocupante é que o modelo de produção e consumo adotado pelo mundo moderno é insustentável a médio e longo prazos. “A explosão de consumo resultou em um modelo de desenvolvimento que, de um lado, está esgotando os recursos naturais do planeta e, de outro, causa impactos negativos na qualidade de vida da população”, conforme salienta estudo da Agência de Notícias dos Direitos da Infância (Andi), Fundação Banco do Brasil e Petrobrás (2006, p. 22), publicado sob o título Desafios da Sustentabilidade.

Entretanto, essa situação vem apresentando melhoras. O próprio uso em grande escala do termo sustentabilidade já demonstra isso. Pesquisa do Instituto Akatu, de 2005, mostra um consumidor brasileiro mais antenado quanto ao poder do ato de consumo. Isso, segundo o presidente do Instituto, Hélio Mattar, se mostra na escolha das

empresas, dos produtos ou serviços e também no uso dos recursos naturais. Ele explica que mais de 80% dos consumidores já entendem que as empresas precisam respeitar o meio ambiente com a adoção de medidas sociais no processo produtivo. E argumenta no site do instituto: "Isto é, o consumidor aprendeu a levar em conta outros aspectos na hora de escolher um produto ou serviço, não apenas qualidade e preço. O desafio agora é que este poder seja exercido de forma cotidiana" (EQUIPE AKATU, 2006, [s.p]).

Do lado das empresas, aponta a Equipe Akatu (2006), essa responsabilidade social ainda não se consolidou. Ainda são poucas as companhias que trilham o caminho da sustentabilidade efetiva. No entanto, a consciência do consumidor e suas exigências podem mudar esse comportamento, embora ainda falte o reconhecimento do público consumidor quanto à responsabilidade social e ambiental empresarial, como chama a atenção Mattar. "O consumidor precisa estar [mais] atento na hora de comprar. Não há nenhuma contradição entre responsabilidade social empresarial e busca por lucro", comenta. Isso vem acontecendo com a bolsa de valores de Nova Iorque. As ações das empresas do Dow Jones Sustainability Index, índice criado em 1999 para empresas com práticas sustentáveis, vem alcançando valorização acima das ações do Standard & Poors 500. O Brasil também está engajado nesse movimento. Em novembro de 2016, a BM&F Bovespa anunciou a 12ª carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), a vigorar até janeiro de 2018. Ela contempla 38 ações de 34 empresas e representa 15 setores econômicos, somando-se R\$ 1,31 trilhão em valor de mercado. Só para se ter uma ideia da importância do ISE na bolsa de valores, esse montante corresponde a 52,14% do total do valor das companhias com ações negociadas na Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa). Em 2015, o volume investido nesse setor foi de R\$ 1,15 trilhão, ou 45,68% do total.

Uma crítica à mídia, feita pela publicação *Os Desafios da Sustentabilidade*, é que ela ainda não faz uma relação sistemática das tecnologias sociais com os parâmetros adotados internacionalmente, como os objetivos de desenvolvimento do milênio. Estudo da Andi, Fundação Banco do Brasil e Petrobras (2006, p. 20) aponta apenas 0,5% de textos que citam as propostas da Organização das Nações Unidas (ONU) e que "versam sobre temas diretamente relacionados a tecnologias sociais, tais como geração de renda, educação, meio ambiente e parcerias pela sustentabilidade".



Assimile

Tecnologias sociais podem ser entendidas como sistemas, processos, técnicas ou mesmo metodologias desenvolvidas para serem aplicados como ações de transformação social nas comunidades. Compreendem, também, ideias e projetos inovadores, com o propósito de resolver problemas sociais. No Brasil, as cisternas de placas pré-moldadas, utilizadas para resolver o problema da falta de água de populações de regiões secas, como o semiárido; o soro caseiro (mistura de água, açúcar e sal) para conter a desidratação, ou a multimistura (farinha feita de cascas de alimentos, entre outras sobras) no combate à desnutrição e à mortalidade infantil, são todos exemplos de tecnologias sociais. Porém, estas compreendem ainda outras inovações, como programas de autogestão ou de economia solidária, o que pressupõe inovação em desenvolvimento em áreas ligadas à alimentação, educação, habitação, renda, saúde e meio ambiente.



Exemplificando

O vídeo a seguir, produzido pela OZI Escola de Audiovisual de Brasília, intitulado *A Ilha*, traz um ótimo exemplo de uma ação de responsabilidade social e reforça o conceito de sustentabilidade apresentado aqui. Mostra também a potencialidade da comunicação entre as pessoas, com o cotidiano, e o modo como simples ações podem contribuir para a melhor convivência nas grandes cidades. Vale a pena assistir:

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=oQjX19ZPbDY>.
Acesso em: 02 jun. 2017.

O cerne de toda essa discussão sobre responsabilidade social e sustentabilidade está na influência do capital humano sobre o crescimento econômico e no equilíbrio do meio ambiente. Pela teoria do capital humano de Theodore Schultz (1967 apud VIANA; LIMA, 2010), a educação faz as pessoas mais produtivas, melhora seus salários e influencia no progresso econômico. Mas, para isso, é preciso entender a relação desse capital com a educação e o que ela pode gerar. O autor entende ainda que “a qualificação e o aperfeiçoamento da população, advindos do investimento em educação, elevariam a produtividade dos trabalhadores e os lucros dos capitalistas, impactando na economia como um todo” (SCHULTZ 1967 apud VIANA; LIMA, 2010, p. 139). Junte-se a isso a utilização eficiente dos recursos, permitindo, assim, a recuperação de áreas

degradadas como forma de garantir a sustentabilidade de grandes negócios e preservar a qualidade de vida de comunidades dessas áreas. Trata-se de uma busca que deve ser cotidiana, como forma de assegurar um desenvolvimento sustentável com responsabilidade.

Compreender o fator humano, numa reflexão vinculada à responsabilidade social e sustentabilidade, requer conectá-lo também à ciência. Por meio do conhecimento científico se consegue relacionar as ciências naturais com as humanas e sociais, já que a ciência está totalmente conectada ao conhecimento. E é também por intermédio do fator humano que se distingue a diferença de povos, de nações, de classes, de características e de perfis. A ciência auxilia no fomento de ações responsáveis e de valorização da cidadania, com o intermédio da universidade, que atua como um canal para o tráfego desse conhecimento.

Sem medo de errar

Para que possamos compreender o papel do profissional de comunicação na disseminação de informações relevantes sobre responsabilidade social e sustentabilidade para a sociedade, vamos verificar como tem sido a participação da mídia nesses temas. Estudo apresentado em conjunto entre a Agência de Notícias dos Direitos da Infância (Andi), a Fundação Banco do Brasil e a Petrobras, em 2006, que trata dos 10 desafios da sustentabilidade no campo das tecnologias sociais focadas nos jornais brasileiros, aponta que somente 1,5% de textos jornalísticos que abordam tecnologias sociais tratam do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH). A análise foi feita em 715 publicações, entre as quais estão reportagens, artigos, editoriais, colunas e entrevistas publicadas em 58 jornais de todos os estados do Brasil em 2004. O IDH é um indicador de extrema magnitude, já que mede o nível de desenvolvimento humano dos países, tendo como critérios dados de educação, longevidade e renda. Outro apontamento do mesmo estudo dá conta de que, de uma forma geral, os textos jornalísticos, quando discutem algum problema social, não exercem qualquer papel de cobrança ou responsabilização de um ator social específico. Quando algum caso é mencionado, como ressalta o trabalho, a atenção se volta ao Poder Executivo, com cerca de 4% dos textos analisados. O poder público como um todo fica com 0,1% e o privado com 0,4%. As organizações da sociedade civil

não aparecem na cobrança.

Há ainda outros dados levantados que demonstram a baixa atenção da mídia com questões ligadas à tecnologia social (presente nas sociedades e responsável pela implementação de políticas públicas) e levam em conta as questões ligadas ao desenvolvimento humano. A participação das universidades em programas sociais, por exemplo, foi mencionada em apenas 9,7% do conteúdo publicado pela mídia impressa. Quanto à identificação de algum modelo de desenvolvimento como referência, isso não foi apontado em 75,2% dos textos publicados. Em se tratando de questões ambientais, como degradação e recursos naturais, de todas as publicações sobre tecnologia social, apenas 22,4% tinham esse enfoque e 10,5% envolviam sustentabilidade. Legislação sobre tecnologias sociais também é outro tema que quase não aparece na mídia. Do levantamento feito, 1,3% das matérias citam a Constituição Federal e 1,3% mencionam a legislação ordinária, ou seja, leis, decretos, portarias, entre outros. O próprio tema Tecnologia Social não está contemplado nas pautas dos principais jornais brasileiros, como constataram a Andi, a Fundação Banco do Brasil e a Petrobras.

Contrariamente ao que foi apresentado no estudo sobre tecnologia social, o levantamento da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberge) sobre divulgação na mídia do tema sustentabilidade mostra que o assunto é recorrente. No período de 15 de fevereiro a 15 de maio de 2008, por 256 vezes o tema foi pauta, sendo o jornal Estadão o veículo com o maior número de matérias publicadas. Foram analisados o Estadão, a Folha de S.Paulo, a Gazeta Mercantil, o Valor Econômico, O Globo, o Jornal do Brasil, a Gazeta do Povo (PR), o Estado de Minas, o Zero Hora (RS), o Correio Braziliense (DF) e as revistas Exame, Veja, IstoÉ, Época e Carta Capital. O grande problema da mídia é a ausência de estudos recentes. Os últimos levantamentos encontrados datam de, pelo menos, cinco anos. Isso dificulta até mesmo a comunicação corporativa que, muitas vezes, depende de pesquisas para nortear as ações a seus colaboradores.

A comunicação e a participação das empresas nas ações sociais

Descrição da situação-problema

Pode ser por pressão da sociedade civil organizada, como movimentos sociais, por exemplo, ou por incentivos fiscais oferecidos pelo poder público, ou ainda para acompanhar uma tendência mundial de preservação do planeta e em busca de chancela de companhia sustentável, mas o que se observa é que as empresas, sobretudo as grandes corporações, estão se movimentando para promover ações em defesa das causas sociais e do meio ambiente. Sabemos que ainda é pouco, frente aos numerosos problemas mundiais, porém as atividades estão acontecendo. Podemos apontar exemplos interessantes, tais como:

- **Leia para uma criança**, do Banco Itaú e Fundação Itaú Social – o projeto, iniciado em 2010, distribuiu gratuitamente, até o final de 2016, cerca de 48 milhões de livros. Os interessados solicitam os títulos disponibilizados via internet e recebem gratuitamente em seus endereços pelo Correio. Além do público em geral, foram beneficiadas ONGs que atendem crianças e secretarias municipais de educação. Houve também quatro mil exemplares adaptados para cegos e oferecidos à Fundação Dorina Nowill.
- **Mobilidade Santander** é outra iniciativa do banco que leva o mesmo nome, com sugestões de transporte alternativo, entre outras ações, para os seus 13 mil funcionários de São Paulo, capital. As iniciativas são: Programa Carona Amiga entre os colegas, fretados com vans gratuitas, bicicletário, flexibilidade de horário, sistemas para reunião online e facilidades de serviços diversos nos prédios onde se trabalha. Segundo a empresa, isso representou a redução de dois mil carros por dia nas ruas da capital paulista, contribuindo para sua meta de redução em 20% das emissões de gases de efeito estufa somente no ano de 2015.

Até que ponto a comunicação corporativa pode auxiliar na disseminação tanto para os colaboradores quanto para os parceiros e o público em geral, contribuindo para estimular atividades sociais por outras empresas, instituições e pela própria sociedade?

Resolução da situação-problema

A comunicação e também o departamento de RH da empresa devem envolver todos os públicos de forma a engajá-los às causas e aos seus objetivos. O público interno precisa entender o propósito, participar das ideias e sentir-se parte do projeto. Os parceiros podem ser consultados e convidados a participar. O público externo deve se sentir beneficiado e amparado pelas iniciativas sociais. Com essa sintonia e sincronidade, a mídia é acionada automaticamente. A partir das apresentações desses casos, os alunos podem desenvolver trabalhos sobre o desempenho dos projetos.

Faça valer a pena

1. Valorizar os recursos humanos é a forma mais acertada e eficaz de promover o bom desempenho da empresa para a conquista de um empreendimento promissor e bem-sucedido. Isso significa contemplar o capital humano nas estratégias empresariais. Para isso, é preciso olhar para o entorno também, ou seja, os familiares, os vizinhos, o meio ambiente, enfim, a comunidade. Isso se traduz em responsabilidade social. E como valorizar esse capital?

Entre as alternativas seguintes, assinale a que representa efetivamente a resposta ao questionamento feito:

- a) Oferecendo ao capital humano responsabilidade e sustentabilidade, sem incentivar a cadeia produtiva no desenvolvimento de ações que promovam o bem comum entre os profissionais, as organizações e o meio ambiente.
- b) Utilizando-se de recursos que beneficiem toda a cadeia produtiva, incentivando essa cadeia para desenvolver ações que promovam o bem comum e com as quais todos saiam favorecidos: os profissionais, as organizações e o meio ambiente.
- c) Munindo as organizações de recursos financeiros capazes de suportar os custos com programas sociais para que possam participar a cadeia produtiva e o entorno e que promovam o bem comum entre os envolvidos nessa cadeia.
- d) Gerando recursos sustentáveis por meio de máquinas que atuam sem a necessidade da participação humana, com ações que promovam o bem-estar e a felicidade de toda a cadeia produtiva responsável.
- e) Atentando para o insight que começou a partir do século XX, logo após a Revolução Industrial, quando trabalhadores passaram a ser comparados às máquinas. Valorizar é voltar no tempo, tornando o trabalho novamente artesanal.

2. Quando empresas começam a olhar de fora para dentro ou de dentro para fora e se identificam como instrumentos cujas ações possam promover o bem-estar de todos, inclusive o delas, passam a desempenhar um papel voluntário com ações coletivas e não mais individuais. Nesse momento, pode-se dizer que elas estão ingressando no mundo da responsabilidade social. Mas as ações não podem ser, de forma alguma, impostas, seja pelo governo, com incentivos fiscais, seja por fornecedores, com descontos. É preciso que tenham como único objetivo o bem-estar coletivo, que todos os envolvidos sejam beneficiados, tanto os colaboradores internos ou externos quanto os negócios, a produtividade, o meio ambiente e a natureza.

No meio jornalístico, é elementar discutir responsabilidade social, dado o papel que desempenham o jornalista e as empresas de comunicação, sobretudo a imprensa, que serve de palanque para a representação da sociedade. No meio corporativo, o tema adquiriu novos conceitos, como Responsabilidade Social Corporativa (RSC), Responsabilidade Social Empresarial (RSE) e Responsabilidade Social Ambiental (RSA).

Complete o texto seguinte, preenchendo os espaços vazios:

A _____ é uma atribuição que ultrapassa a obrigatoriedade da lei, pois compreende _____ como um todo e com as comunidades locais e de seus colaboradores, na perspectiva _____, nos investimentos assertivos, na qualidade dos produtos e serviços desenvolvidos e _____.

Assinale a alternativa que preenche corretamente as lacunas.

- a) responsabilidade social / as estratégias de negócios / da vida de todos / nos resultados dos investimentos.
- b) responsabilidade corporativa / o compromisso da sociedade / do bem-estar das comunidades envolvidas / no sucesso dos negócios.
- c) responsabilidade ambiental / o compromisso de governos / da saúde dos cidadãos / nos resultados numéricos dos negócios.
- d) responsabilidade social / compromisso com a sociedade / do bem-estar de todos / no sucesso dos negócios.
- e) responsabilidade empresarial / o compromisso da empresa / de melhoria dos negócios / nos resultados financeiros.

3. Em razão da amplitude e da significância do termo, é um tanto complexa a definição de sustentabilidade. Podemos afirmar que se trata de um conceito ou uma condição, cujas ações têm o propósito de atender

aos desejos e às necessidades das gerações, sem comprometer as que ainda virão. Sustentabilidade está relacionada ao desenvolvimento social e econômico com atenção para a melhoria e preservação da natureza. Para melhor compreensão, veja a pergunta a seguir e pense que sua resposta é sustentabilidade. Como se utilizar dos recursos da natureza, ser beneficiado com eles e ainda conservá-la e preservá-la para que não se desgaste e favoreça futuras gerações do planeta? O conceito de sustentabilidade significa explorar de forma responsável os recursos do planeta para que se mantenha o equilíbrio entre o meio ambiente e os seres que o habitam.

E por que esse tema está em alta em pesquisas, nas salas de aula, na mídia e até nos bate-papos com os amigos? Indique V para as afirmações verdadeiras e F para as falsas.

I. Porque o avanço tecnológico, o capitalismo e as várias possibilidades que se abrem para descobertas e realizações estão se mostrando, sem precedentes, como um mundo de realizações para o homem contemporâneo. ()

II. Porque o grande desafio é melhorar o uso da matéria-prima, garantir a produção industrial, incrementar as atividades empresariais e obter os melhores resultados econômico-financeiros, preservando o meio ambiente e garantindo a preservação das espécies. ()

III. Porque, apesar da baixa consciência do consumidor e suas exigências, a mídia está mudando esse comportamento, com o aumento da divulgação do tema responsabilidade e tecnologias sociais. ()

IV. Porque responsabilidade social e sustentabilidade estão se consolidando nas empresas e no ambiente escolar com a participação cada vez mais efetiva dos colaboradores em ações sustentáveis. ()

Agora, assinale a alternativa com a sequência CORRETA de indicações:

- a) I – V; II – F; III – V; IV – F.
- b) I – F; II – V; III – F; IV – V.
- c) I – V; II – V; III – F; IV – F.
- d) I – V; II – F; III – F; IV – V.
- e) I – F; II – V; III – V; IV – F.

Seção 2.3

Particularidades das ciências humanas e sociais ante as exatas ou naturais

Diálogo aberto

Você sabia que a pesquisa norteia a nossa vida como um todo e não apenas no ambiente acadêmico? Imagine que, ao receber alguns amigos que moram distante, você precisa impressioná-los com um local bem bacana. Há um bar que inaugurou há uns três meses, ao qual, no entanto, você nunca foi. Como saber se a escolha foi bem feita? É preciso conhecer o local, conversando com pessoas que já estiveram lá, saber suas opiniões e perguntar o que consumiram, como foi o atendimento, se o local tem boa higiene, como é a frequência, entre outras questões. Além disso, você pode fazer outras pesquisas, como visitar o site, procurar informações dos proprietários, entender o conceito do local etc.

Ou seja, você vai obter o máximo possível de informações para formar uma opinião do local e convencer as pessoas de que ali é um ótimo espaço para esse encontro. Com a pesquisa científica, o processo, ou seja, o encaminhamento do trabalho, é o mesmo, mudando apenas a metodologia (caminho para se chegar ao resultado esperado), porque o objetivo é outro, isto é, obter respostas mais genéricas, que possam servir para outras pesquisas. Agora que você já sabe como pesquisar, analise como seria sua pesquisa para entender o comportamento dos jovens antes e depois de jogarem um game de caráter agressivo e violento.

Não pode faltar

Ingressamos agora em mais uma etapa que discute a pesquisa científica na perspectiva do profissional de comunicação. Com base nesse tema, caminharemos juntos na trilha da ciência, entendendo para que ela serve e como se dá sua relação com a Antropologia e Sociologia no contexto metodológico. A ciência, desde sua descoberta, sempre foi fundamental para o entendimento dos indivíduos, de suas potencialidades, de seu ambiente e de tudo que versa sobre ele. Foi por meio da ciência que se descobriu, por

exemplo, a expectativa de vida das pessoas no Brasil e no mundo. E também por intermédio dela foi possível aumentar essa expectativa e constatar que, de tempos em tempos, esse limite de vida deve ser ampliado, e que a própria ciência, com o apoio da tecnologia, pode intervir para isso. É o que estamos acompanhando agora. Na Europa, por exemplo, estudos científicos têm levado à preocupação de que cresce a população mais velha e diminui o número de jovens. E já se faz uso da ciência e da tecnologia para pensar como suprir a carência de profissionais nos próximos 20 ou 30 anos.



Pesquise mais

Produzido pelo Euronews, o vídeo a seguir mostra uma reportagem sobre o envelhecimento da população europeia e traz entrevista com um professor de Economia, da Universidade Nova, de Lisboa, Portugal, que comprova a importância do estudo científico para encontrar soluções ao problema que afeta a contemporaneidade e que não tardará a atingir também o Brasil.

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=JsHfuf4dUOk>.
Acesso em: 21 jun. 2017.

Apesar de todo o potencial da pesquisa científica e do que pode promover esse conhecimento, há, como lamenta Martins (2015), um déficit de entendimento de temas científicos pelo público, que, em sua maioria, não consegue relacionar questões sociocientíficas às respostas obtidas nos experimentos. Pensamentos filosóficos, sociológicos e éticos promovem questionamentos sobre os limites técnicos e éticos admissíveis, que consideram a ciência e a cidadania no centro das discussões. A autora lança, então, alguns questionamentos: já que a ciência tem o propósito de atender à sociedade, como promovê-la no contexto da escola? A ciência para a cidadania deve ser optativa ou impositiva a todos? Deve-se trabalhar a educação científica no contexto geral do ensino? A resposta é sim para essa última questão, desde que se trabalhe o ensino em uma perspectiva humanista, que possa contemplar todos os saberes. O que se sabe, afinal, é que, mesmo não sendo o conhecimento científico tão valorizado quanto deveria no ambiente escolar, a ciência, hoje, ocupa um papel de destaque na sociedade, sendo acionada em várias áreas do conhecimento: na medicina, na botânica, na sociologia, na economia, na comunicação, no meio ambiente, entre diversas

outras. A responsabilidade sobre isso é da democracia, que permite maior sociabilidade das instituições e convocação do poder público para a prática científica.

É possível que o estudo científico integre mais o ambiente escolar quando se fortalecer o princípio da literacia nessas instituições de ensino. O conceito foi amplamente discutido e definido na Década da Literacia das Nações Unidas, no período de 2003 a 2012, quando se concluiu que o tema deve estar entre os objetivos das sociedades e integrar a pauta dos setores políticos no âmbito da educação, com vistas a estimular projetos científicos pelas escolas. A literacia possibilita aos alunos poder de análise, síntese, codificação e decodificação, avaliação e aplicação de saberes em ciência e tecnologia em perspectivas pessoais e sociais. Isso porque, segundo a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), uma pessoa literata tem capacidade de utilizar o conhecimento científico para identificar questões e obter conclusões fundamentadas em evidências que possam auxiliar na tomada de decisões sobre as ciências naturais e as transformações humanas.



Assimile

Como vimos, literacia é a capacidade de compreensão de leitura de forma que se consiga aplicá-la aos diversos conhecimentos, os quais podem ser científicos, literários, midiáticos, artísticos etc. A literacia científica dá ao indivíduo condição de análise, síntese, codificação e decodificação, avaliação e aplicação de saberes em ciência e tecnologia. Uma pessoa literata de conhecimento científico pode descrever, explicar e prever ocorrências da natureza, além de conseguir avaliar a qualidade das informações científicas recebidas, utilizando seus conhecimentos para desenvolver ações que possam beneficiar sua própria sociedade.



Pesquise mais

No vídeo a seguir, produzido pela Eavi – *Media Literacy For Active Citizenship*, é possível compreender melhor a literacia, por meio da literacia midiática. Está no idioma português de Portugal, cuja compreensão é facilitada com a ajuda da animação.

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Eo-hFD5Ot6E>. Acesso em: 21 jun. 2017.

Há também o texto *Literacia e Ensino da Compreensão na Leitura*, que

vale a pena ser lido para ampliar o universo do conhecimento.

Disponível em: <http://revistas.rcaap.pt/interaccoes/article/viewFile/473/427>.
Acesso em: 21 jun. 2017.

As ciências com suas particularidades

A ciência tem por finalidade a pesquisa. É a pesquisa que assume o compromisso de mostrar um ou outro resultado e que desenvolve os experimentos. A ciência consolida o que a pesquisa apresenta. E a metodologia é o instrumento utilizado para que se chegue à pesquisa e aos seus resultados. Entende Demo (1985, p. 22) que “a ciência não é ensinada totalmente, porque não é apenas técnica. É igualmente uma arte. E na arte vale a máxima: é preciso aprender a técnica, para termos base suficiente; mas não se pode sacrificar a criatividade à técnica”. Segundo o autor, não é necessário seguir excessivamente as técnicas, pois assim é possível desenvolver a arte da criação.

O estudo e a pesquisa pensados no contexto social são o que caracteriza as ciências sociais. Estas considera atores, agentes e processos sociais, com olhar para a socialização da cultura em um contexto que envolve setores públicos, privados e a sociedade como um todo. A comunicação social e seus canais são os facilitadores da difusão da ciência para as práticas formais, como no ambiente de ensino, ou informais, como nas rodas de amigos. De uma forma ou de outra, ambos buscam a valorização da cidadania. Salienta Demo (1985) que as ciências sociais manipulam grande variedade metodológica, aquelas ligadas ao **empirismo**, que buscam encontrar a cientificidade na observação com base experimental; no **positivismo**, identificado em pesquisas relacionadas a crenças e religiões, por exemplo; no **estruturalismo**, que considera a crença ocidental científica e suas variantes explicativas; no **funcionalismo**, que transpõe o lado social da realidade, preocupando-se com questões consensuais; no **sistemismo**, que se vale dos sistemas para os resultados; na **dialética**, em que se consideram não apenas o fluxo das coisas, mas sua origem. As ciências humanas procuram compreender o homem como tal e em seu universo social com uma visão de ser humano e suas características próprias, sendo ele, e não o seu contexto, o principal objeto de estudo. Para isso, busca apoio da Filosofia, Sociologia, Antropologia, entre outras áreas que se consideram exclusivamente

do ser humano. Elas não são unitárias, pelo fato de seu objeto ser social, razão pela qual devem ser interpretadas no contexto da inter-relação social.

As áreas ligadas à matemática, estatística, engenharia, física, química, computação, cujos resultados científicos são comprovadamente únicos, se enquadram nas ciências exatas. Elas permeiam praticamente todas as outras áreas e estão diretamente ligadas a números e cálculos. As ciências biológicas buscam a compreensão da vida, no meio ambiente, vegetal ou animal, assimilando suas partes a partir do todo. Nelas estão contempladas a Medicina, a Biologia, a Zoologia, a Educação Física, a Fisioterapia, entre outras. As ciências naturais fecham o ciclo do conhecimento científico. Elas se encontram em todas e todas estão contidas nelas, pois relacionam-se a tudo o que envolve a natureza e os fatores humanos ligados a elas.



Reflita

Sendo a literacia a capacidade de compreensão da leitura de forma que o indivíduo tenha condição de análise, síntese, codificação e decodificação, avaliação e aplicação de saberes em ciência e tecnologia, qual seria sua influência na pesquisa científica? Em que a literacia pode contribuir para o conhecimento científico? O que faz de uma pessoa mais ou menos literata?

Sua capacidade de compreensão? Amplitude de conhecimento? Reflita.

Entendendo as principais áreas ligadas às ciências

Na pesquisa científica, quando se trata de áreas como Direito, Administração, Contabilidade, Políticas Públicas, Relações Públicas, entre outras, atua-se sob o guarda-chuva das ciências sociais aplicadas. Elas levam esse nome porque têm como propósito a aplicação prática das teorias sociais. Por sua vez, a Antropologia, a Sociologia, a Educação etc. estão contempladas nas ciências sociais clássicas.

A Antropologia é a ciência que se encarrega da compreensão do homem e suas características, considerando sua evolução física, social ou cultural. Ela origina-se do grego, da junção de *antropos* (humano ou homem) com *logos* (pensamento ou razão). Ela foi constituída e identificada no século XIX, depois das descobertas de Darwin que se referiam à evolução do homem, de sua cultura e da sociedade. A

antropologia biológica ou física busca a compreensão das origens do homem, por meio da arqueologia e da anatomia, e dos seres que possuem alguma relação com ele, como é o caso dos macacos. A antropologia social se vale das culturas dos povos, compreendendo a evolução e a transformação de suas crenças, costumes, entre outros.



Exemplificando

O inglês Charles Darwin (1809-1882) foi um dos mais importantes pesquisadores que influenciaram a história da ciência. Ele contribuiu para o entendimento da evolução das espécies. Sua obra *Origem das Espécies por Meio da Seleção Natural* ainda hoje é considerada uma das mais relevantes no assunto. Depois de desistir do curso de Medicina, foi, a pedido de seu pai, para a Universidade de Cambridge, a fim de cursar Artes e tornar-se clérigo da Igreja Anglicana. Porém, sua vida tomou outro rumo quando conheceu Jon Stevens Henslow, um naturalista focado em botânica. Foi por intermédio dele que Darwin viajou para a costa da América do Sul, incluindo a ilha de Galápagos, onde pesquisou diversas formas de vida, o que o fez compreender as mudanças ocorridas nas espécies. Depois de coletar fósseis e fazer observações geológicas, conseguiu mostrar a evolução sofrida pelas espécies através do tempo.

Mais informações você encontra no site Brasil Escola, disponível em: <http://brasilecola.uol.com.br/biologia/charles-darwin.htm>. Acesso em: 21 jun. 2017.

A Sociologia refere-se à vida humana a partir da sociedade em que ela está inserida, com olhar para outras sociedades a fim de relacioná-las. Ela busca compreender o comportamento individual e em grupo. Essa ciência foi identificada por Augusto Comte (1798-1857), que tencionava construir uma área do conhecimento que tivesse como foco o estudo dos fenômenos sociais. Ele partia do pressuposto de que as sociedades deveriam ser estudadas a partir do conhecimento científico para que se pudessem compreender os problemas sociais existentes, com o intuito de eliminá-los.



Saiba mais

Augusto Comte (1798-1857) foi um filósofo francês conhecido como o fundador do Positivismo e da Sociologia. Nascido na cidade de Montpellier, só se mudou para Paris em 1814, quando ingressou na faculdade de Medicina da Escola Politécnica, onde logo depois foi

expulso por suas ideias destoarem do pensamento da maioria. Passou, então, a estudar como desenhar um modelo teórico ideal de sociedade organizada. Desse estudo surgiu a concepção da Ciência Social, denominada por ele de Sociologia. A partir de tal descoberta, foram surgindo suas obras. A primeira foi o *Plano de trabalhos científicos para reorganizar a sociedade*, publicada em 1822. A outra foi o livro *Curso de filosofia positiva*, iniciado em 1830 e publicado em 1842. E em 1848, depois de criar a Sociedade Positivista, conseguiu influenciar o pensamento de teóricos de todo o mundo.

Mais informações no site: https://www.ebiografia.com/auguste_comte/. Acesso em: 21 jun. 2017.

A metodologia descreve o caminho da pesquisa e orienta sobre a forma adequada de se atingir o objetivo desejado com o trabalho. Ela indica o melhor percurso a ser percorrido e as melhores ferramentas para se desenvolver um projeto. E isso não é válido apenas para o meio acadêmico. Todas as conquistas obtidas na vida, se tiverem uma boa metodologia, tendem ao efetivo sucesso. Porém, é necessário também um planejamento adequado. Os planos para uma viagem, por exemplo, seguem uma metodologia para guardar dinheiro, reservar passagens e hospedagem, programar-se para as férias etc. Para isso, cada um adota seu próprio método a partir de uma metodologia estabelecida.

Gil (2002) explica que, para a metodologia, é preciso que sejam descritos os procedimentos a serem tomados na pesquisa. A organização varia conforme cada pesquisa e suas particularidades. Demo (1985, p. 20) complementa e esclarece que a “Metodologia é uma preocupação instrumental. Trata das formas de se fazer ciência. Cuida dos procedimentos, das ferramentas, dos caminhos”. Gil lembra, no entanto, que a metodologia requer que sejam apresentados os seguintes itens:

- **Tipo de pesquisa** – se é exploratória, descritiva ou explicativa, e se se refere a experimento, levantamento, estudo de caso, bibliográfica, por exemplo.

- **População e amostra** – o universo a ser estudado, sua extensão e a seleção das informações.

- **Coleta de dados** – descrição das técnicas para a coleta, tipo de

questionário (testes, roteiros ou não).

- **Análise de dados** – detalhamento dos procedimentos de análises quantitativa ou qualitativa, ou seja, a maneira como são feitas as pesquisas, se por meio do método que considera um único processo ou via resultado numérico, isto é, por volume e com questões iguais para todos, de múltipla escolha.

A grande contribuição da metodologia para a pesquisa científica, segundo Demo (1985), é que ela estimula a crítica e a reflexão ao mesmo tempo em que delimita a criatividade e a potencialidade no espaço de trabalho. Enquanto a ciência visa captar e manipular a realidade, a metodologia atenta para o modo de se atingir o objetivo.



Assimile

Qual é a diferença entre metodologia e método?

A metodologia compreende o estudo dos métodos, inclusive os da ciência. O método é o meio pelo qual a metodologia se estabelece, ou seja, é o modo de agir que se adota em relação a uma pesquisa. Assim, a metodologia integra os vários métodos aplicados.

Para que possamos compreender a relação entre a ciência e a ética, vamos estudar cada uma. A ciência, na visão de Gloria (2016), deve ser analisada sob diversos olhares, desde o mais clássico e contemporâneo até a mais recente experiência científica. A ética refere-se ao modo como são feitos os experimentos, aos recursos e aos critérios utilizados. Uma pesquisa com animais, por exemplo, deve-se utilizar os de laboratório. Sem a ética, uma pesquisa científica pode provocar problemas tanto individuais quanto sociais. Com a visão ética é possível que processos, métodos e instrumentos utilizados sejam questionados e até extintos. Isso tudo, ainda segundo Gloria (2016), nos remete à conceituação de uma ciência que não pode desconsiderar os valores morais e éticos que predominam na sociedade.

Sem medo de errar

Para sua pesquisa que envolve o comportamento de jovens antes e depois de jogarem um game de caráter agressivo e violento, é preciso, primeiro, conhecer o jogo e seu objetivo e entender o propósito da

pesquisa: se é para saber se o game é prejudicial e deve ser modificado, ou se é para analisar o aspecto do jovem desta ou daquela classe social diante de temas como esse, por exemplo. Depois, cabe encaminhar a pesquisa a um psicólogo e um sociólogo para, em seguida, fazer uma entrevista com ambos. Eles darão opiniões embasadas em suas experiências com o público do game. Com base nessas informações, e considerando que a pesquisa servirá para entender a influência do game no comportamento daqueles com boa ou má estrutura familiar, deve-se acompanhar alguns jovens, cujo perfil corresponde ao público-alvo. Eles também serão entrevistados, assim como seus familiares. Diante de todas essas informações, compilam-se os dados obtidos para se chegar a um resultado da pesquisa.

Avançando na prática

A escola e a pesquisa científica

Descrição da situação-problema

Há algum tempo, sobretudo a partir do avanço das novas tecnologias de informação e comunicação, pesquisadores vêm discutindo o novo papel da escola e as mudanças necessárias na dinâmica das aulas. Há quem entenda que aquele modelo tradicional, em que o professor apresenta o tema, explica, escreve na lousa e os alunos ficam acompanhando e assimilando o aprendizado, tal como o do vídeo a seguir, está ultrapassado. Veja o vídeo: <http://www.b9.com.br/74133/web-video/animacao-ilustracom-perfeicao-dificuldade-de-se-manter-acordado-durante-aula/>. Acesso em: 4 jul. 2017.

Mas há também quem discorde dessa posição, por entender que o modelo clássico dá qualidade ao ensino e que o moderno banaliza a escola por deixar o aluno suscetível a discussões e pensamentos rasos, isto é, com pouco fundamento. No entanto, o próprio educador Paulo Freire já defendia outra estrutura de sala de aula, com as carteiras em círculo, argumentando que o aluno que olha para a nuca do colega não consegue aprender.

Como saber o que é melhor para o aluno, a escola, o professor, a família e a sociedade, de forma a preparar o estudante para no futuro vencer os desafios do mercado de trabalho?

Resolução da situação-problema

A resolução desta situação-problema pode surgir a partir de uma pesquisa que envolva todos os lados mencionados na questão. A solução apresentada com o resultado da pesquisa, certamente, não agradará a todos os lados. Isso significa que um lado ou outro terá de ceder e enfrentar a quebra de paradigma. Entretanto, essa será uma ótima oportunidade para ampliar a discussão.

Faça valer a pena

1. A ciência, desde sua descoberta, sempre foi fundamental para o entendimento dos indivíduos, de suas potencialidades, de seu ambiente e de tudo que versa sobre ele. Foi por meio da ciência que se descobriu, por exemplo, a expectativa de vida das pessoas no Brasil e no mundo. Porém, segundo Martins (2015), há um déficit de entendimento de temas científicos pelo público, que em sua maioria não consegue relacionar questões sociocientíficas às respostas obtidas nos experimentos. Pensamentos filosóficos, sociológicos e éticos promovem questionamentos sobre os limites técnicos e éticos admissíveis, que colocam a ciência e a cidadania no centro das discussões.

Leia os questionamentos seguintes:

I - Já que a ciência tem o propósito de atender à sociedade, como promovê-la no contexto da escola?

II - A ciência para a cidadania deve ser optativa ou impositiva a todos?

III - Deve-se trabalhar a educação científica no contexto geral do ensino?

Agora, assinale a alternativa com as respostas dadas a esses questionamentos corretamente:

a) I – Trazendo a sociedade para dentro da escola com representantes nas salas de aulas. II – Se não for impositiva, não se consegue o resultado desejado. III – Sim, desde que seja escolhido um período escolar.

b) I - Trazendo as discussões sociocientíficas para serem discutidas e analisadas em sala de aula. II – Dentro da sala de aula, a discussão da ciência para a cidadania deve ser impositiva. III – Sim, desde que sempre envolva a sociedade e a comunidade local.

c) I - Trazendo as discussões sociocientíficas para serem discutidas e analisadas em sala de aula. II – Dentro da sala de aula, a discussão da ciência para a cidadania deve ser impositiva. III – Sim, desde que sempre envolva a sociedade e a comunidade local.

d) I – A discussão deve ser feita longe da sociedade apenas para que ela depois tome conhecimento dos resultados. II - Se não for impositiva, não se consegue o resultado desejado. III – Sim, desde que seja somente

no Ensino Médio, onde já há determinada compreensão das discussões científicas.

e) I – Trazendo a sociedade para dentro da escola com representantes nas salas de aulas. II – Deve ser optativa fora da escola e impositiva dentro da sala de aula, pois o professor é soberano. III – Sim, desde que se trabalhe o ensino em uma perspectiva humanista que possa contemplar todos os saberes.

2. É possível que o estudo científico integre mais o ambiente escolar quando se fortalecer o princípio da literacia nessas instituições de ensino. O conceito foi amplamente discutido e definido na Década da Literacia das Nações Unidas, no período de 2003 a 2012, quando se concluiu que o tema deve estar entre os objetivos das sociedades e integrar a pauta dos setores políticos no âmbito da educação, com vistas a estimular projetos científicos pelas escolas.

A literacia possibilita aos alunos _____, síntese, codificação e decodificação, avaliação e _____ em ciência e tecnologia em perspectivas pessoais e sociais. Uma pessoa literata tem capacidade de utilizar o _____ para identificar questões e obter conclusões embasadas em _____.

Assinale a alternativa que completa corretamente as lacunas:

- a) pesquisar o conteúdo / poder de análise / aprendizado da aula / sínteses.
- b) conhecimento técnico / aplicação de saberes / exercício em grupo / estrutura de ensino.
- c) poder de análise / aplicação de saberes / conhecimento científico / fundamento.
- d) discussões gerais / entendimento / conhecimento técnico / princípios morais.
- e) poder de análise / entendimento / objeto de leitura / fundamento.

3. A ciência tem por finalidade a pesquisa. É a pesquisa que assume o compromisso de mostrar um ou outro resultado e que desenvolve os experimentos. A ciência consolida o que a pesquisa apresenta. E a metodologia é o instrumento utilizado para que se chegue à pesquisa e aos seus resultados.

A seguir, indique V para as afirmações verdadeiras e F para as falsas:

I. A ciência busca apoio das áreas consideradas não clássicas, que consideram muito além do ser humano. Elas não são grupais, pelo fato de seu objeto ser social. ()

II. A ciência considera atores, agentes e processos sociais, com olhar para a socialização da cultura em um contexto que envolve setores públicos, privados e a sociedade como um todo. ()

III. A comunicação social e seus canais são os facilitadores da difusão da ciência para as práticas formais, como no ambiente de ensino, ou informais, como nas rodas de amigos. ()

IV. As ciências sociais manipulam as metodologias ligadas ao conhecimento científico, que buscam a identidade na observação com base experimental. ()

V. As ciências humanas procuram compreender o homem como tal e em seu universo social com uma visão de ser humano e suas características próprias. ()

Agora, assinale a alternativa com a indicação correta para cada afirmativa:

a) I – V; II – V; III – V; IV – F; V – F.

b) I – F; II – V; III – V; IV – F; V – F.

c) I – F; II – F; III – V; IV – V; V – F.

d) I – F; II – V; III – V; IV – F; V – V.

e) I – V; II – V; III – F; IV – V; V – F.

Referências

ABERJE. **Pesquisa:** Sustentabilidade e a presença na mídia. Coordenadores: Paulo Nassar e Suzel Figueiredo. São Paulo: Aberje, 2008. Disponível em: <http://www.aberje.siteprofissional.com/pesquisa/Pesquisa.pdf>. Acesso em: 6 maio 2017.

BARBOSA, Vanessa. Os 10 principais “paraísos fiscais” do mundo. **Revista Exame**, São Paulo, 2015. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/economia/os-10-principais-paraísos-fiscais-do-mundo/>. Acesso em: 27 abr. 2017.

BAUMAN, Zygmunt. **A Ética é Possível num Mundo de Consumidores?** Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

BM&FBOVESPA divulga a 12ª carteira do ISE - Índice de Sustentabilidade Empresarial. Nov. 2016. Disponível em: http://www.bmfbovespa.com.br/pt_br/institucional/imprensa/ultimos-releases/bm-fbovespa-divulga-a-12-carteira-do-ise-indice-de-sustentabilidade-empresarial.htm. Acesso em: 4 jul. 2017.

BRASIL ESCOLA. **Sociologia**. Disponível em: <http://brasilescola.uol.com.br/sociologia/>. Acesso em: 17 maio 2017.

COUTINHO, Renata B. G.; MACEDO-SOARES, T. Diana L. v. A. Gestão estratégica com responsabilidade social: arcabouço analítico para auxiliar sua implementação em empresas no Brasil. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 6, n. 3, set./dez. 2002. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-6552002000300005&script=sci_arttext. Acesso em: 6 maio 2017.

DEMO, Pedro. **Introdução à Metodologia da Ciência**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1985.

EQUIPE AKATU. “O consumo consciente passou a fazer parte do imaginário das pessoas”, diz Helio Mattar. **Akatu**, 2006. Disponível em: <https://www.akatu.org.br/noticia/o-consumo-consciente-passou-a-fazer-parte-do-imaginario-das-pessoas-diz-helio-mattar/>. Acesso em: 6 maio 2017.

ESPRING-ANDERSEN, Costa. As três economias políticas do Welfare State. Traduzido por Dinah de Abreu Azevedo. **Revista Lua Nova**, Princeton (USA), 1990. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ln/n24/a06n24.pdf>. Acesso em: 17 maio 2017.

ESTADÃO OPINIÃO. Sobre a imoralidade. São Paulo, 2016. Disponível em: <http://opiniao.estadao.com.br/noticias/geral,sobre-a-imoralidade,10000089991>. Acesso em: 27 abr. 2017.

FARIA, Carlos Aurélio Pimenta de. Opinião pública e política externa: insulamento, politização e reforma na produção da política exterior do Brasil. **Rev. Bras. Política**, Rio de Janeiro, v. 51, n. 2, 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbpi/v51n2/v51n2a06.pdf>. Acesso em: 27 abr. 2017.

FILGUEIRAS, Fernando. A tolerância à corrupção no Brasil: uma antinomia entre normas morais e prática social. **Revista Opinião Pública**, Campinas, v. 15, n. 2, 2009. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-62762009000200005. Acesso em: 27 abr. 2017.

GIL, A. Carlos. **Como Elaborar Projeto de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GLÓRIA, Jeane Machado. Ética e Ciência. **Portal da Consciência Política**, Manaus, 2016. Disponível em: <http://www.portalconscienciapolitica.com.br/products/etica-e-ciencia/>. Acesso em: 27 abr. 2017.

HOAUISS. **Dicionário eletrônico Houaiss da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

IJUIIM, Jorge K. A Responsabilidade social do jornalista e o pensamento de Paulo Freire. **Em Questão**, São Paulo, v. 15, jul./dez. 2009.

ITAÚ. **Itaú Criança**. Disponível em: <https://www.itaubr.com.br/crianca/>. Acesso em: 06 maio 2017.

MARTINS, Isabel P. Ciência, Público e Compreensão Pública da Ciência. **Interacções**, Portugal, n. 39, p. 36-48, 2015. Disponível em: <http://revistas.rcaap.pt/interaccoes/article/viewFile/8721/6280>. Acesso em: 17 maio 2017.

RADENOVIC, Milan Rados. Opinião Pública Mundial: Formar ou Manipular. **Prisma.com**, Porto, Portugal, Faculdade de Letras da Universidade do Porto, n. 2, 2006. Disponível em: <http://revistas.ua.pt/index.php/prisma.com/article/viewFile/614/pdf>. Acesso em: 27 abr. 2017.

SÃO PAULO PARA CRIANÇAS. Guia de Passeios, Lazer, Serviços e Compras. Disponível em: <http://saopauloparacrianças.com.br/livros-infantis-de-graca-da-colecao-itaubr-crianca-peca-aqui-o-seu/>. Acesso em: 6 maio 2017.

TAPSCOTT, Dom; TICOLL, David. **A Empresa Transparente**. São Paulo: M. Books, 2005.

TORQUATO, Gaudêncio. **Tratado de Comunicação Organizacional e Política**. São Paulo: Thomson, 2002.

UOL. **Viu esta foto?** Entenda por que a descontração entre Moro e Aécio repercutiu. São Paulo, 2016. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2016/12/07/uiu-esta-foto-entenda-o-que-esta-por-tras-da-polemica-despertada-por-ela.htm>. Acesso em: 27 abr. 2017.

VIANA, Giomar; LIMA, Jandir F. Capital humano e crescimento econômico. **Interações**, Campo Grande, v. 11, n. 2, p. 137-148, 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/inter/v11n2/a03v11n2.pdf>. Acesso em: 6 maio 2017.

A ética e seus princípios

Convite ao estudo

Seja bem-vindo a mais uma unidade de ensino, que tem como foco o estudo da legislação e ética na comunicação. Convidamos você a embarcar conosco no universo das bases históricas da ética. Para que possamos assimilá-la e, assim, formar opinião sobre esse tema que está tão em alta no mundo e, principalmente, no Brasil, é importante atentarmos para seu histórico e sua contextualização. O ano de 2017 foi marcado por grandes turbulências políticas e sociais, com casos de delação premiada, em operações da Polícia Federal, tendo afetado empresários, governantes e parlamentares dos seus mais elevados graus, diante de uma sociedade que a todo momento conclama por ética e respeito aos princípios morais e de integridade de toda a nação brasileira. Discutir esse tema no âmbito do profissional de comunicação é mais do que necessário em qualquer momento histórico, já que é esse profissional, no uso de sua principal ferramenta (a comunicação), que mune a sociedade de informação, promovendo o conhecimento para que se forme opinião qualificada. Por isso, a discussão, a reflexão e o posicionamento fazem parte dessa atmosfera, na qual o convidamos a ingressar, bem como dos resultados desse estudo.

Seção 3.1

A modernidade, as bases do individualismo e o papel das instituições

Diálogo aberto

Neste diálogo aberto, com base nas características do individualismo pós-moderno, valorizado pelas redes sociais da internet, **que tal analisar o papel do jornalista no exercício de sua função?** O Twitter é um ótimo instrumento para começar uma reportagem, já que costuma ser o precursor de grandes notícias ou até mesmo daquelas de menor peso na mídia. Com 140 caracteres, mais um vídeo amador ou uma imagem fotográfica de celular se obtém uma pauta (um direcionamento para a reportagem) que possa repercutir internacionalmente. Pelo Facebook, é possível conseguir depoimentos de pessoas envolvidas no fato. E com uma ferramenta de *instant messenger*, como a do próprio Facebook, o WhatsApp ou o Telegram, por exemplo, é possível entrevistar acompanhantes e vítimas, polícia, autoridades, analistas etc., tudo solitariamente, sem precisar sair da redação ou mesmo de casa. Essa atitude se estende a outras áreas. O *home office* é uma prática adotada por algumas empresas, inclusive. As cidades, com seus congestionamentos, agradecem; o transporte coletivo se esvazia; as calçadas ficam mais calmas; e surge o discurso sobre a qualidade de vida. Os narcisistas se fotografam felizes no Instagram, as organizações representativas passam a ser virtuais, assim como seus discursos, e o papel da instituição representativa das classes se digitalizam. **E o jornalismo de contato, de olho no olho, de detalhamento imagético não é mais necessário?**

Não pode faltar

Entramos, agora, na terceira unidade da disciplina Legislação e Ética na Comunicação, na qual discutiremos as bases históricas da ética. Elas serão importantes para compreendermos o papel do indivíduo, do profissional de comunicação e das instituições no contexto da ética. Para isso, que tal refletirmos sobre a modernidade, as bases do

individualismo e o papel das instituições, temas desta primeira seção?

Quando paramos para compreender, analisar e refletir sobre modernidade e pós-modernidade e a forma como ela pode se relacionar à nossa cultura e ao nosso cotidiano, percebemos uma verdade na qual novos valores se colocam diante de nós, como o individualismo, o consumismo e também o narcisismo. Trata-se de uma nova construção social do indivíduo frente à realidade que se apresenta a partir de contextos que surgem com esses períodos. Esse campo, o da modernidade e da pós-modernidade, vem sendo explorado pelas ciências sociais e humanas, que se valem, inclusive, de contribuições da Antropologia, no que tange ao método etnográfico. Isso tudo nos leva à inquietação de Hall (2002) sobre **crise de identidade**, sobre a qual ele tem algumas indagações, como: “o que se pretende dizer com a expressão?”, “o que precipita essa crise?”, “qual é o formato dela?” e “quais são as consequências?”. Isso é muito importante para que se possa situar o indivíduo na modernidade e na pós-modernidade e conseguir entender sua postura diante da ética e das leis.

O autor apresenta três concepções de identidade. A primeira é o sujeito do Iluminismo, aquele centrado e dotado de capacidades de razão, de consciência e de ação, cuja essência se mantém desde o seu nascimento. “O centro essencial do eu era a identidade de uma pessoa [...], essa era uma concepção muito ‘individualista’ do sujeito e de sua identidade” (HALL, 2002, p. 11). A segunda concepção é do sujeito sociológico, que coloca o indivíduo frente à crescente complexidade do mundo moderno, formado, dessa forma, a partir da relação com outros sujeitos que lhe seriam importantes, no sentido de transferir valores, sentidos e símbolos. Essa visão, que se tornou a concepção sociológica clássica, refere-se à interação entre o eu e a sociedade, preenchendo uma lacuna entre o interior e o exterior, ou entre o mundo pessoal e o mundo público, como explica Hall (2002). A terceira concepção é do sujeito pós-moderno, aquele que não possui uma identidade fixa, permanente. Ela se transforma de acordo com as representações culturais vividas. “O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um ‘eu’ coerente.” (HALL, 2002, p. 13)

O individualismo, considerado no cristianismo, pode ser analisado a partir de alguns significados relativos não apenas a teorias, mas a doutrinas e diversidades de análises, que aumentam na medida em que crescem as mudanças de conotação sofrida ao longo da história

(MANCERO, 2002). É o caso da internet, que torna os indivíduos, ao mesmo tempo, sociáveis, por fazerem parte de uma grande rede, e solitários ou individuais, quando decidem e agem por si, sem a interferência direta e física de outros. Ou seja, prevalece aí o individualismo. A modernidade vem se apresentando em contextos hegemônicos da ideologia individualista, por meio da criação de instituições políticas



crescentemente comprometidas com os valores da liberdade e da igualdade, ou como espaço cultural global de sua afirmação, mediante a secularização dos costumes e a laicização e universalização sistemática do conhecimento. (MANCERO, 2002, [s.p.])

Isso se observa, por exemplo, em instituições de classe, como movimentos sociais, ONGs e demais instituições que defendem categorias profissionais. A psicologia trabalha o conceito de indivíduo a partir de dicotomias, como indivíduo/sociedade, ou seja, ele é estudado não como tal, mas como parte de um contexto social. Ao se referir à laicização, a autora se refere ao papel laico sobre religiões. Por exemplo, o Brasil é um país laico, o que significa que governos e sociedade não discriminam qualquer que seja a religião.



Exemplificando

Como exemplo, para uma melhor compreensão, usamos a retórica da filósofa Márcia Tiburi. Ela explica o individualismo, como ele se configura na sociedade moderna, sua relação próxima do narcisismo e exemplifica seu papel com a forte contribuição das redes sociais para o estabelecimento desse conceito. Seu depoimento está no vídeo a seguir, produzido pelo canal Filhos.

Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=A5xTrg_GZo0. Acesso em: 5 jul. 2017.

A modernidade, cujo início data do século XVI, consolida-se no século XVIII e vem se mantendo até hoje. Ela surgiu no Renascimento, da observância das relações entre os homens, configurando-se por meio da política, religião ou cultura, tendo como referência inicial o capitalismo, com as mudanças econômicas e de produção. Na religião, destaca-se o papel centralizador da Igreja, contestado a partir da Reforma Protestante de Lutero, no século XVI.

Essa Reforma colocou o indivíduo no mundo, pois se a 'vocação' luterana permanecia uma tarefa estabelecida por Deus; a maneira aceitável de viver encontrava-se na possibilidade do homem superar-se pela 'ascese' [desenvolvimento espiritual] e, principalmente, no desafio de cumprir as tarefas do século, através de suas ações terrenas. (MANCEBO, 2002, [s.p.])



Assimile

O consumismo caracteriza-se pela compulsão do indivíduo por comprar produtos e serviços desenfreadamente e até mesmo sem ser necessário. É resultado dos apelos do capitalismo, do qual surgiu a sociedade de consumo, oriunda da Revolução Industrial, que teve como principal aspecto o incremento da produção em série e da circulação de mercadorias por conta dessa produção em escala. A industrialização promoveu o marketing, pela necessidade de desova dos produtos fabricados, e com ele o desenvolvimento econômico, tal como se dá no liberalismo (doutrina que defende a liberdade política e econômica). O narcisismo configura-se em uma posição do indivíduo em sentir e expressar um amor exacerbado por si próprio. Para Freud, surge o narcisismo quando tal sentimento ultrapassa o limite da normalidade do ponto de vista psicológico e psiquiátrico, avançando para o caráter doentio. Este termo, narcisismo, origina-se da mitologia grega e conta a história de um belo jovem que, por desprezar o amor da ninfa Eco, foi condenado a apaixonar-se por sua própria imagem espelhada na água e acabou morrendo afogado.

Mas, afinal, como definir a modernidade? Pode-se dizer que se constitui de um período histórico que se arrasta até hoje e que foi marcado pela derrubada de costumes e crenças com a entrada do universalismo em detrimento do particularismo. Trata-se da entrada da idade da razão se sobrepondo à tradição. Seu início é controverso, mas sabe-se que ela se estabeleceu a partir do século XVIII. Isso ocorre porque a cultura moderna não se formou de uma vez, ela sofreu influência das revoluções científicas, industrial e tecnológica. Do ponto de vista estrutural, constituiu-se a partir do Renascimento, Iluminismo, Liberalismo e Marxismo. No campo histórico, influenciou as Revoluções Francesa, Americana e Soviética. Em relação à Filosofia, foi influenciada por Descartes e as ciências naturais e sociais. No aspecto da ideologia econômica, a modernidade teve influência

da revolução monetária e comercial-mercantil, dos sistemas sociopolíticos e econômicos, da expansão colonialista e de políticos e ideológicos.



Assimile

Universalismo é uma doutrina ou crença por meio da qual todos os homens caminham para a salvação eterna, por serem beneficiados com a bondade de Deus. O **particularismo** é uma teoria política que caminha para a conquista do direito de cada grupo político particular, para que haja a defesa de seus interesses, sem interferência ou subordinação de outros grupos.



Assimile

René **Descartes**, um dos mais importantes filósofos do período moderno, foi um racionalista francês que viveu no século XVII. É citado com frequência em estudos filosóficos de várias áreas do conhecimento. Defende que a filosofia atue como uma árvore, em que a metafísica representa a raiz, a física é o tronco e as ciências são os galhos, e que a moral se relacione ao mais alto grau da sabedoria. Defendeu que existe o dualismo mente/corpo e que as relações não sejam unidirecionais. Seus estudos contemplam também a ética, entendendo ser um raciocínio que deveria funcionar como um guia para nossas ações.

Na visão de Hall (2002), as sociedades modernas são as que vivem em constante transformação, cujas mudanças são bem consolidadas e permanentes, sendo essas as características que mais diferem as sociedades tradicionais das modernas. A modernidade destaca-se por sua forma ser a de reflexão da vida, o que pressupõe sempre mudanças. Essa reflexão surge, inclusive, pelas possibilidades do mundo moderno, de interconexão global.



Reflita

Se a modernidade trata de um período histórico que permanece até hoje, com mudanças de costumes e crenças, podemos vincular esse fato à contextualização da ética? Teria a ética um conceito mutável, que varia em relação a tempo, cultura, comportamento e modo de vida?

Quanto mais se conhece o mundo externo, mais o interno se modifica e se adequa. Hall (2002) cita David Harvey para explicar que a modernidade implica ser não apenas um rompimento com qualquer condição precedente mas também característica de um processo

sem fim, de rupturas e fragmentações do próprio eu interior. O que mais responde pelas mudanças da modernidade é a globalização, cujos resultados atravessam fronteiras, conectam comunidades e tornam o mundo menor e menos desigual.

A globalização implica um movimento de distanciamento da ideia sociológica clássica da 'sociedade' como um sistema bem delimitado e sua substituição por uma perspectiva que se concentra na forma como a vida social está ordenada ao longo do tempo e do espaço. (GIDDEENS, 1990, p. 64 apud HALL, 2002, p. 67-68)



A filosofia na perspectiva da sociedade contemporânea

Podemos afirmar que foi a partir do século XVIII, com a Revolução Francesa (1789), que a Filosofia passou a ser considerada na sociedade contemporânea. Ela persistiu até o século XX como tal, passando, a partir de então, a se denominar Filosofia pós-moderna, porém mantendo seus pensadores. Nessa perspectiva, avigorou o capitalismo, fortalecido pela Revolução Industrial inglesa, iniciada já no século XVIII, que se destacou pela exploração do trabalho humano e pelo avanço tecnológico. Foi nesse período que descobertas incríveis aconteceram, como a eletricidade, o uso do petróleo, a criação do automóvel, do avião, do cinema, da fotografia, entre outras. O trabalho humano foi substituído pelas máquinas, descaracterizando a mão de obra, situação que perdurou com força até o século XX. Como bem destaca o site Toda Matéria, a Filosofia contemporânea traz à tona, entre outras questões, a crise do homem contemporâneo, também lembrada por Hall (2002), proveniente das revoluções copernicana, darwiniana, freudiana e até mesmo da teoria da relatividade de Einstein. Nessa perspectiva contemporânea, Habermas (1985) defende que a filosofia não pode assumir o papel de solucionar o enigma do mundo.



Pesquise mais

A **revolução copernicana** recebeu esse nome do filósofo Immanuel Kant, a partir do problema do conhecimento levantado pelo astrônomo Nicolau Copérnico (1473-1543), o qual formulou a teoria heliocêntrica, ou seja, a de que os planetas giravam em torno do Sol, contrariando a tese de Aristóteles e Ptolomeu de que a Terra ocupava o centro do universo, o que estaria de acordo com os dogmas da Igreja Católica. Diante disso,

Kant propôs a mesma inversão na Filosofia. Até então, pelas teorias, a razão humana se adequava aos objetos. Pela revolução copernicana, os objetos é que deveriam se adequar ao sujeito. A **revolução darwiniana** atuou como uma continuação da revolução galilaica (a de Galileu), para a qual o ser humano constitui-se como a espécie excelente do universo criado por Deus. A revolução traz ainda a informação de que, assim como todos os seres vivos, os seres humanos apareceram na terra por um processo evolutivo sem um plano. O fato provocou contestações filosóficas, religiosas e culturais. A **revolução freudiana** configurou-se pela negativa de Freud de que a razão é superior aos sentimentos e que ela não é o único meio de se obter conhecimento verdadeiro. A **teoria da relatividade de Albert Einstein** é resultado da junção da Teoria da Relatividade Restrita, de 1905, e a da Relatividade Geral, de 1915. Ambas estabelecem relações entre massa e energia de um corpo e explicam que tempo e espaço são relativos, dependem do ponto de vista do observador. Esse fato foi de extrema relevância para a ciência, que passou a enxergar o mundo de outra forma.

Habermas (1985), embora entenda ser relevante o posicionamento de Ricard Rorty (1931-2007), em seu livro *A Filosofia e o Espelho da Natureza* – para o qual a Filosofia está acima de todas as demais áreas do conhecimento, sendo capaz de julgá-los e direcioná-los –, também discorda por entender que a Filosofia deve abandonar o papel de juiz para ocupar o de intérprete e mediador em questões relacionadas à ciência, moral e arte. Para ele, a Filosofia não pode ser a chave que vai solucionar o enigma do mundo.

Sindicatos e outras instituições de classe

As instituições representativas são entidades de classe que se apresentam juridicamente sob a forma de empresas constituídas e que têm a função de representar determinadas categorias da sociedade civil. São identificadas como sindicatos de trabalhadores e de empresas, associações de trabalhadores e de empresas e de grupos sociais, como as de bairro, por exemplo. Há também os conselhos regionais que normatizam as profissões, como o de medicina, odontologia, enfermagem, farmácia, engenharia, a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), entre outros. Elas têm como objetivo atender às necessidades comuns, bem como promover a melhoria, o aperfeiçoamento e o bem-estar daquela coletividade. Atuam ainda na

busca de soluções a problemas que atingem o conjunto da sociedade que representam.

Essas instituições de classe são constituídas de acordo com regiões e posições ideológicas. Aquelas que exercem efetivamente esse papel enfrentam grandes desafios por serem o elo entre a sociedade e os poderes. As ideologias são entendidas por Althusser (1985) como conceitos que devem ser estudados no campo material, e não no de ideias. São elas um conjunto de práticas que reproduzem as relações de produção que, por sua vez, representam a divisão de trabalho. A unidade dessas instituições corresponde aos aparelhos ideológicos de Estado, os quais se configuram por: 1. reprodução social; 2. reprodução da força de trabalho.

No primeiro caso, refere-se à relação entre infraestrutura e superestrutura. Seu pressuposto é de que a reprodução social estabelece as condições para a produção econômica e reprodução das condições econômicas, políticas e ideológicas. No segundo caso, o autor tenta demonstrar que, na reprodução da força de trabalho, há mecanismos ideológicos em jogo. Para ele, o valor da força de trabalho não é quantitativo, mas qualitativo, já que resulta das conquistas históricas dos trabalhadores. As entidades de classe atuam no sentido de valorizar a sociedade a que elas representam, sejam profissionais, sejam classes de indivíduos.



Pesquise mais

O vídeo a seguir, produzido pela TVT, conta, por meio de reportagem e entrevista, como surgiram os sindicatos, para que eles servem e o que são hoje.

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=TBtvGHxtjrl>. Acesso em: 5 jul. 2017.

Segundo o Artigo 511, inciso 1º, da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), os sindicatos são instituições que defendem categorias econômicas, sendo elas as de empregados ou de empregadores, ou profissionais diferenciados, como professores, motoristas, entre outros. A importância dos sindicatos se dá pela força que eles oferecem à categoria, no sentido de fazer valer seus direitos coletivos, por sua representação legal. Os sindicatos, independentemente da categoria que eles representam, estão atentos aos interesses profissionais, sociais e políticos em toda sua base de atuação. Promovem ainda

estudos e pesquisas, por meio de eventos diversos, com vistas ao aperfeiçoamento profissional. A criação de sindicatos é garantida pela Constituição Federal do Brasil.

Além dos sindicatos, a organização sindical também constitui as confederações, federações e centrais sindicais. Estas possuem uma estrutura vertical e representam não os trabalhadores, mas as organizações sindicais. Os sindicatos são constituídos de bases, que podem ser municipal, regional ou estadual. Eles são mantidos financeiramente pelas contribuições de seus associados.

Sem medo de errar

A propósito do individualismo identificado na sociedade moderna, o colunista Ivan Martins, da revista Época, entende que



esse estado de apatia é em grande medida consequência da sociedade em que vivemos. Ela nos isola como indivíduos e reduz nossos interesses ao que podemos obter sozinhos. Mas nós, como sujeitos, temos uma grande parcela de responsabilidade. (MARTINS, 2017, [s.p.])

O profissional de comunicação, sobretudo o jornalista, também tem sua parte nessa responsabilidade. Afinal, para reportar um acontecimento, um caso pitoresco, uma manobra política, entre outros, é preciso muito mais recursos do que simplesmente o digital. É no olhar, nos gestos, na postura, no trato, nos detalhes de objetos, no estado dos equipamentos que se consegue a devida investigação. A ética jornalística está baseada na verdade e na imparcialidade, as quais nem sempre se obtêm pelos canais digitais.

Avançando na prática

Quebra de sigilo de fonte jornalística

Descrição da situação-problema

Em maio de 2017, em plena fase da Operação Laja Jato da Polícia Federal do Paraná, quando se publicaram as delações dos executivos da JBS, bem como um grampo de conversas telefônicas, um site de notícias divulga texto de conversa entre um jornalista e a irmã de um senador, estes dois últimos citados nas investigações. Ela acabara de ser presa e ele acabara de ser afastado do Senado, por suposto envolvimento em recebimento de propina e lavagem de dinheiro. Inicialmente, questionou-se o

teor da conversa, demonstrando ser muito amistosa, sugerindo possibilidade de envolvimento do jornalista também. Mas, logo em seguida, sindicatos e outras instituições que representam a categoria de jornalista lançaram-se na mídia repudiando a divulgação da gravação, uma vez que houve quebra de sigilo no diálogo do jornalista com a irmã do senador afastado, já que ela era sua fonte. A divulgação da gravação da conversa entre os dois é uma medida que viola a garantia de sigilo de fonte, uma das principais atividades jornalísticas. Trata-se de um direito democrático garantido pela Constituição Federal, em seu artigo 5º, inciso XIV, que esclarece em seu texto ser “assegurado a todos o acesso à informação e resguardando o sigilo de fonte, quando necessário ao exercício profissional”. Entre as instituições que divulgaram carta de repúdio, o Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Estado de São Paulo argumentou que é de fundamental importância para a atividade do jornalista que haja liberdade para se corresponder com as mais variadas fontes, além de se utilizar dos dados coletados para a materialidade dos fatos relatados em suas reportagens. Entretanto, mesmo com essa garantia da Constituição, caso o teor da conversa demonstrasse algum tipo de envolvimento do jornalista e fosse objeto de investigação, sua atitude na conversa com a fonte poderia se caracterizar violação da ética e da lei?

Resolução da situação-problema

A Constituição garante sigilo da fonte, ou seja, a Justiça cometeu deslize ao divulgar a gravação da conversa. Entretanto, o comportamento do profissional, quando se posiciona sobre determinado assunto com suas fontes, ou seja, emitindo sua opinião, pode representar a violação da ética. Não há punição legal para esses casos, mas podem ferir a moral própria. No caso, o jornalista se colocou ao lado de sua fonte quando fez críticas à publicação da revista em que ele trabalhava e à Procuradoria Geral da República, como ficou constatado na gravação.

Faça valer a pena

1. O individualismo é uma nova construção social do indivíduo frente à realidade que se apresenta a partir de contextos que surgem com esses períodos. Esse campo, o da modernidade e da pós-modernidade, vem

sendo explorado pelas ciências sociais e humanas que se valem, inclusive, de contribuições da antropologia no que tange ao método etnográfico. Isso tudo nos leva à inquietação de Hall (2002), sobre crise de identidade, sobre a qual ele tem algumas indagações, como “o que se pretende dizer com crise de identidade?”, “o que precipita essa crise?”, “qual é o formato dela?” e “quais são as consequências?”. Isso é muito importante para que se possa situar o indivíduo na modernidade e na pós-modernidade e conseguir entender sua postura diante da ética e das leis.

Ao abordar o individualismo e a crise de identidade, característica da sociedade moderna, Hall (2002) apresenta três concepções de identidade: o sujeito do Iluminismo, o sujeito sociológico e o sujeito pós-moderno. Responda quais conteúdos referem-se à conceituação de cada uma das concepções a seguir.

1. Sujeito do Iluminismo	A. É o que coloca o indivíduo frente à crescente complexidade do mundo moderno, formado, dessa forma, a partir da relação com outros sujeitos que lhe seriam importantes, no sentido de transferir-lhe valores, sentidos e símbolos.
2. Sujeito sociológico	B. Trata-se daquele não que possui uma identidade fixa, permanente. Ela se transforma de acordo com as representações culturais vividas.
3. Sujeito pós-moderno	C. É aquele centrado e dotado de capacidades de razão, de consciência e de ação, cuja essência se mantém desde o seu nascimento.

Assinale a alternativa com a correta sequência de associações:

- a) 1 = B; 2 = C; 3 = A.
- b) 1 = C; 2 = A; 3 = B.
- c) 1 = B; 2 = A; 3 = C.
- d) 1 = A; 2 = C; 3 = B.
- e) 1 = C; 2 = B; 3 = A.

2. A modernidade, cujo início data do século XVI, consolida-se no século XVIII e vem se transformando até hoje. Ela surgiu a partir do Renascimento e da observância das relações entre os homens, configurando-se por meio da política, religião ou cultura, tendo como referência inicial o capitalismo, com as mudanças econômicas e de produção. Na religião, destaca-se o papel centralizador da igreja, contestado a partir da Reforma Protestante de Lutero, no século XVI.



Essa Reforma colocou o indivíduo no mundo, pois se a ‘vocação’ luterana permanecia uma tarefa estabelecida por Deus; a maneira aceitável de viver encontrava-se na possibilidade do homem superar-se pela ‘ascese’ [desenvolvimento espiritual] e, principalmente, no desafio de cumprir as tarefas do século, através de suas ações terrenas. (MANCEBO, 2002, [s.p.])

Pode-se dizer que a modernidade corresponde a um período histórico, que se arrasta até hoje e que foi marcado pela derrubada de costumes e crenças com a entrada do universalismo em detrimento do particularismo. Mas como podemos definir modernidade?

Diante desse contexto, a seguir, indique V para as afirmações verdadeiras e F para as falsas:

1. Trata-se da entrada da idade da razão se sobrepondo à tradição.
2. Seu início é controverso, mas sabe-se que ela se estabeleceu somente a partir do século XX.
3. Do ponto de vista estrutural, constituiu-se a partir do Renascimento, Iluminismo, Liberalismo e Marxismo.
4. No campo histórico, sofreu forte influência da Guerra do Vietnã. Em relação à Filosofia, foi influenciada por Sócrates e Platão.
5. No aspecto ideologia econômica, teve influência da revolução monetária e comercial-mercantil.

Agora, assinale a alternativa com a sequência correta de indicações:

- | | |
|---------------------------------------|---------------------------------------|
| a) 1 – V; 2 – F; 3 – V; 4 – F; 5 – V. | d) 1 – F; 2 – V; 3 – V; 4 – V; 5 – F. |
| b) 1 – V; 2 – V; 3 – F; 4 – F; 5 – V. | e) 1 – V; 2 – V; 3 – V; 4 – F; 5 – F. |
| c) 1 – F; 2 – V; 3 – F; 4 – V; 5 – F. | |

3. As instituições representativas são entidades de classe que se apresentam juridicamente sob a forma de empresas constituídas e que têm a função de representar determinadas categorias da sociedade civil. São identificadas como sindicatos de trabalhadores, de empresas, associações de trabalhadores, de empresas, de grupos sociais, como as de bairro, por exemplo. Há também os conselhos regionais, que normatizam as profissões, como o de medicina, odontologia, enfermagem, farmácia, engenharia, a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), entre outros. Elas têm como objetivo atender às necessidades comuns, bem como promover a melhoria, o aperfeiçoamento e o bem-estar comum. Atuam ainda na busca de soluções a problemas que atingem o conjunto da sociedade que representam.

Como se constituem as instituições de classe e quais são os seus objetivos?

- a) São constituídas de conceitos a serem estudados no campo de ideias. São um conjunto de práticas que não reproduzem as relações de produção.
- b) São constituídas de infraestrutura e superestrutura, para que a reprodução social se estabeleça a partir das condições para a produção econômica.
- c) São constituídas por sindicatos independentes, que representam os interesses profissionais, sociais e políticos dos seus trabalhadores.
- d) São constituídas de acordo com regiões e posições ideológicas. Elas atuam no sentido de valorizar a sociedade que representam, sejam profissionais, sejam classes de indivíduos.
- e) São constituídas de equipamentos para estudos e pesquisas, visando ao aperfeiçoamento profissional.

Seção 3.2

A sofística e a ausência de princípios para a ação humana. Heráclito e Parmênides: a questão da mudança e da permanência

Diálogo aberto

O voo 6.237 da Avianca, das 19h05min, de 3 de junho de 2017, que deixou Brasília rumo ao Aeroporto Santos Dumont (RJ), poderia ser um fato normal, sem qualquer registro na mídia, não fosse o encontro entre participantes de um congresso do PT e a jornalista Miriam Leitão, da TV Globo. Ela saía da capital federal depois de gravar seu programa para a Globo News e eles voltavam do evento do partido ocorrido na mesma cidade. Segundo relato da própria jornalista, publicado dez dias depois em seu blog, ela teria sofrido agressão verbal pelos participantes do congresso, durante as duas horas de voo. Ela escreve: "Sofri um ataque de violência verbal por parte de delegados do PT dentro de um voo. Foram duas horas de gritos, xingamentos, palavras de ordem contra mim e contra a TV Globo" (LEITÃO, 2017, s.p). Disse ter sofrido ameaças e ter sido acusada de defender posições que não defende. Em seu texto, intitulado "O ódio a bordo", ela relata que foi hostilizada desde o momento em que os congressistas entravam no avião e que foi chamada de terrorista, a mesma palavra que ouvira aos 19 anos de idade, quando sofreu repressão militar no período de ditadura. O fato, entretanto, foi desmentido pelo site TV Foco, cujo texto publicado tem o título "Surgem evidências de que jornalista da Globo Miriam Leitão pode ter mentido sobre supostos ataques". Duas pessoas que estavam no mesmo avião declararam ao site que as maiores críticas e xingamentos eram dirigidos à TV Globo e que isso durou somente nos primeiros minutos, até o avião decolar. Depois disso, todos teriam se calado. Como o desmentido veio de um site pouco conhecido da grande mídia, para a opinião pública prevaleceu o que a jornalista expôs. Esse caso pode ser entendido como um relato sofista com ausência de princípios para ação humana?

Não pode faltar

Nesta seção refletiremos sobre mudança como princípio para a ação humana, situando-a no campo da ética e da legislação, a fim de ser contextualizada na comunicação. Para que possamos compreender e relacionar esses temas com a ética, vamos analisar os conceitos de mudança, de permanência e de ação humana, entendendo os princípios dos filósofos Heráclito e Parmênides.

Mudança tem alguns significados: você muda quando segue um caminho diferente do de sempre ou daquele que havia pretendido; quando tira algo de um lugar e o coloca em outro; quando troca uma coisa por outra, sendo essa “coisa” abstrata ou física; quando modifica algo feito; quando transforma algo que era de um jeito e passa a ser de outro. Você muda de casa, de trabalho, de amizade, de ambiente, de localidade etc. Ocorre ainda a mudança quando se passa a adquirir outros hábitos, outras formas de vida ou de levar a vida. Para mudar, você sofre algum tipo de influência, que pode ser por meio da sofística. O oposto da mudança é a permanência, ou seja, a constância, a continuidade, a persistência. Também há o sentido de permanecer, ou seja, continuar localizado em determinado ponto.



Assimile

A sofística é uma prática de origem grega do sofista. O termo sofista surgiu para designar o sábio e deriva de *sophia* e *sophos*, que significam, respectivamente, sabedoria e sábio. A partir de Aristóteles e Platão (século V a.C.), o termo recebe um sentido pejorativo e passa a ser empregado a professores e formadores de opinião que fazem abordagens a pessoas das cidades para ensinar-lhes a serem sábias em troca de um pagamento. E mais: Aristóteles e Platão os designavam como aqueles que persuadiam os indivíduos por meio de práticas duvidosas e enganosas, deixando seu público maravilhado. Ou seja, influenciavam os outros com expressões de impacto e se aproveitavam da ciência para ganhar dinheiro tentando mostrar o que não era justo. E foi dessa forma que o movimento sofístico rompeu a tradição filosófica e promoveu o antagonismo de dois públicos, os entusiastas e defensores da ação e os adversários obstinados. Os sofistas que se destacaram foram Protágoras de Abdera, Górgias de Leontini, Hípias de Elis, Pródicos e Trasímaco. Os ensinamentos e convencimentos ocorriam por meio de uma retórica argumentativa e uma oratória que preservava a excelência das ações. “Esses homens, portadores de uma eloquência incomum,

propunham ensinar qualquer coisa aos cidadãos que almejassem os cargos públicos ou simplesmente que se defenderiam de um caso litigioso.” (CABRAL, s.p.) A sofística, no seu bom sentido, tem bastante semelhança com o papel do profissional de comunicação (jornalista, publicitário ou relações públicas). Em qualquer um dos casos, pode-se afirmar que são formadores de opinião.

A ação humana é a base da economia e, por ser humana, ela não é nem pode ser exata, cabendo variáveis, questionamentos e posições divergentes sobre seus resultados. Sobre a economia incidem justamente as ações humanas. Pode-se definir a ação humana como um comportamento propositado, ou seja, tem um propósito ou um objetivo a ser alcançado no futuro. Não se pode dizer que um comportamento involuntário, como piscar de olhos e respirar, por exemplo, seja uma ação humana, porque não depende de nossa vontade nem é ocasionado por um desejo de algo que queremos concretizar lá na frente. “[...] a virtude se relaciona com paixões e ações, e apenas as paixões e ações voluntárias são louvadas ou censuradas, ao passo que as involuntárias recebem perdão e, às vezes, inspiram compaixão.” (ARISTÓTELES, 2001, p. 47) As ações involuntárias, como define Aristóteles (2001), acontecem sob compulsão ou ignorância. Seu princípio motor é externo, ou seja, não depende do indivíduo. Entretanto, é discutível se uma ação que visa evitar algum mal ou alcançar um propósito elevado é voluntária ou involuntária. Dessa forma, ambos os termos devem ter uma referência para que se classifiquem de uma forma ou de outra. E essa referência pode ser a ética, a moral ou a lei, as quais, assim como as ações humanas, se modificam em tempos, momentos e realidades diferentes. O filósofo apresenta outra classificação para as ações humanas, além das já apresentadas: as não voluntárias. Estas são feitas por ignorância, razão pela qual o indivíduo não tem arrependimento algum, diferentemente das voluntárias, que podem provocar sofrimento.

Na comunicação pública, a ação humana se desenvolve em espaços públicos, locais onde as pessoas se relacionam por meio do diálogo. Este, por sua vez, reforça o exercício da cidadania e o respeito ao cidadão, os quais são os princípios das relações públicas. A ação humana, junto ao diálogo, possibilita o conhecimento e a transformação da sociedade e tem na comunicação um elo entre os

públicos, tanto os de comunidades, de cidades quanto outras formas de grupamento de pessoas. Nesse cenário da comunicação, a ação humana se desenvolve quando o cidadão experimenta o seu direito de liberdade de expressão, mudando sua condição de receptor passivo para emissor ativo.



Exemplificando

Tivemos um período, até a década de 1950, em que os jornalistas, assim como diversos outros profissionais, só podiam trabalhar de terno e gravata, no caso dos homens, e de saias ou vestidos, no caso das mulheres. Não era ético a mulher se apresentar em público de calça comprida, por exemplo. Nos tribunais de justiça, a entrada de mulheres com calças compridas só foi liberada depois de 2010. A partir da década de 1960, sobretudo no período de ditadura militar, feria a ética o profissional que se dirigisse diretamente ao diretor ou presidente de sua empresa quando tivesse antes um chefe imediato. A própria nomenclatura utilizada para designar funcionários foi modificada. Hoje, é ético tratá-los como colaboradores em vez de empregados.

Apesar das mudanças, ainda há princípios éticos que deverão ser mantidos no mercado de trabalho e até mesmo na vida, entre os quais apontamos os seguintes:

- É preciso conhecer, compreender e aceitar os valores da empresa, o que evita deslizes desnecessários e até mesmo demissões inesperadas.
- Não se deve tomar decisões a partir de suposições, mas sobre fatos consumados e comprovados. As decisões precisam levar em conta todos os envolvidos ou supostamente envolvidos.
- É ético ouvir. Mais ético ainda é ouvir mais do que falar. Isso vale para clientes internos ou externos, subordinados ou gestores.
- Não é ético o vazamento de informações confidenciais.

Todos nós, como seres racionais e conscientes, agimos. Nós raciocinamos e isso por si só já é uma ação. Ao raciocinar, sabemos que devemos agir de uma forma em um ambiente e de outra em outro. E essa mudança de comportamento ajuda a conquistar nossos objetivos. Quando se raciocina e se sabe que não vai alcançar o que deseja, o comportamento e as ações também são diferentes. Os meios para alcançar os fins desejados são os recursos (maneiras)

utilizados. Não havendo meios para chegar aos fins, uma ação não se concretiza. E isso ocorre em um tempo presente com vistas a um futuro, que pode ser em segundos, minutos, horas, dias etc. Uma ação se divide em três tempos: antes, quando inicia o raciocínio; durante, na sua ocorrência; e depois, quando ele se concretiza.

Uma ação humana também se caracteriza por escolhas. Para optar por uma – sabendo-se que o cidadão tem duas ou mais escolhas –, ele seleciona aquela que é sua prioridade, ou seja, a que ele considera mais valorizada. Ao ter várias opções, ele, de forma racional, relaciona-as em ordem da maior para a menor valorização. Ele pode ter dois objetivos: por exemplo, no caso de um jornalista, ter de entrevistar o prefeito da cidade ou ter de entrevistar o cidadão lesado pelo Poder Público. Dependendo de sua pauta e dos objetivos da matéria, pode ser mais prioritário entrevistar o cidadão. O profissional pode, então, falar somente com a vítima ou primeiro com ela e depois com o chefe do Executivo. Mas, se ele optar por não entrevistar nenhum deles e decidir não fazer a reportagem, é outra ação. Quando ele faz a escolha, está economizando meios para alcançar seu objetivo prioritário. Um fator que pode ter implicação na ação é a incerteza do futuro. Ao raciocinar e entender que o futuro é incerto, sua ação pode ser a de não fazer nada, ou seja, esperar. Mas as ações podem variar e se modificarem de um momento para outro, dependendo das ações dos outros indivíduos ou da incerteza dessas ações alheias.

A relação das ações humanas com a economia ocorre porque toda ação visa, de alguma forma, atender a um interesse econômico, podendo ou não se relacionar a recursos financeiros. Pode ser para economia de tempo, espaço, desgaste físico, argumento, volume de trabalho, de pessoas, de artifícios, de estratégias, de valores morais ou sociais, entre outros motivos.



O que confere à economia sua posição única e peculiar, tanto na órbita do conhecimento puro como na da aplicação prática do saber, é o fato de que os seus teoremas não são passíveis de comprovação ou de refutação com base em experiências. Certamente, uma medida proposta por um raciocínio econômico correto produz os efeitos desejados, e uma medida proposta por um raciocínio econômico equivocado não atinge os objetivos pretendidos. Mas, ainda assim, esses resultados são sempre uma experiência histórica, ou

seja, experiência de fenômenos complexos. (MISES, 2010, p. 975)

Em suma, ação humana é uma vontade colocada em prática para que se alcancem fins e objetivos. Representa ainda “resposta do ego aos estímulos e às condições do seu meio ambiente; é o ajustamento consciente ao estado do universo que lhe determina a vida.” (MISES, 2010, p. 35)



Pesquise mais

A economia é uma ciência social voltada à produção, à distribuição e ao consumo de bens e serviços. Seu nome originou-se de duas palavras gregas, *oikos* (casa) e *nomos* (costume ou lei). Pode ser entendida também como a ciência que analisa o comportamento humano a partir da relação entre desejos e recursos de realização. A definição para economia que conhecemos hoje é de Lionel Robbins (1932), para o qual um problema econômico ocorre quando há escassez; se não houver escassez, não tem como existir o problema. A ciência econômica pode se classificar em microeconomia e macroeconomia; economia positiva ou normativa; ortodoxa ou heterodoxa; entre outras categorias mais amplas. O pai da economia é Adam Smith (1723-1790), economista e filósofo escocês, tendo sido considerado um importante teórico do liberalismo econômico. Sua obra mais conhecida é *Uma Investigação Sobre a Natureza e a Causa da Riqueza das Nações*, na qual ele trata do que representa a riqueza das nações para os indivíduos e sua contribuição para a evolução tecnológica. Na publicação, ele defende uma livre atuação da iniciativa privada, sem a intervenção do poder público, o que promoveria a redução do preço dos produtos e uma concorrência mais leal com outros mercados.

No contexto sobre a ação humana, e para saber mais informações sobre economia como ciência, incluindo os pensamentos econômicos, dos quais se destacam a economia clássica, a marxiana, a neoclássica e a keynesiana, leia o livro *Manual de Economia*, organizado por Marco Antonio S. Vasconcellos, 5ª edição, publicado pela editora Saraiva em 2004.

Pensamentos antagônicos de Heráclito e Parmênides

A Filosofia nasceu a partir da preocupação com o nascimento, a origem e a transformação dos seres. Foi na era de Platão e Aristóteles

que ela atingiu seu clímax, ao apresentar solução para duas questões: contradição-mudança e identidade-permanência. Isso ocorreu depois que essas duas grandes tendências foram expostas pelos filósofos Heráclito de Éfeso e Parmênides de Eleia. Heráclito apontava como real o devir (ver box Vocabulário mais à frente). Para ele, é real e verdadeiro tudo aquilo que se transforma contrariamente: por exemplo, o dia vira noite; o inverno torna-se verão; a escuridão vira luz; e assim por diante. “O mundo, dizia Heráclito, é um fluxo perpétuo onde nada permanece idêntico a si mesmo, mas tudo se transforma no seu contrário. A luta é a harmonia dos contrários, responsável pela ordem racional do universo.” (CHAUI, 2002, p. 175) Parmênides entende o mundo de outra forma. Para ele, o fluxo dos contrários é apenas opinião, tendo em vista a confusão que fazemos das nossas sensações, percepções e lembranças com a realidade. E essa contrariedade, a seu ver, é irreal, pois o que é real não muda nem se opõe a si mesmo. Esse filósofo vê o ser sem contrariedades internas, permanecendo sempre o mesmo, sem qualquer modificação. “Pensar e dizer só são possíveis se as coisas que pensamos e dizemos guardarem a identidade, forem permanentes. Só podemos dizer e pensar aquilo que é sempre idêntico a si mesmo. Por isso somente o Ser pode ser pensado e dito.” (CHAUI, 2002, p. 175)

O problema ocorrido a partir dos posicionamentos de ambos os filósofos é o que promove as maiores reflexões da história. Se Heráclito estiver certo, pode-se dizer que o pensamento vive um fluxo de mudanças sucessivas. Estando a razão em Parmênides, viveremos eternamente na ilusão, sob uma aparência impensável (CHAUI, 2002). Platão expõe essa contrariedade para que possa ser superada por meio da filosofia. Isso faz todo sentido diante da dicotomia do mundo. Significa que sempre haverá quem pense contrariamente a você, quem defende seu concorrente, quem goste do que você abomine. Isso é salutar, já que é a principal causa das nossas dúvidas, pensamentos, reflexões e aprendizado. Afinal, o que seria do preto se todos preferissem o branco? É assim nas profissões, nas diversões, nas sociedades e na vida, o que justifica abordarmos a mudança. Na comunicação, a mudança é também muito habitual. Ela, assim como a ética, sofre influência da tecnologia, da pós-modernidade, dos avanços culturais, entre outros. E provoca mudanças de paradigmas, ou seja, de padrões e estruturas psicológicas, sociais e culturais bem

estabelecidas.

A propósito do pensamento de Heráclito, Platão concorda com ele quanto a sensações, percepções e opiniões: o mundo sensível (natural ou material) é o devir permanente. De outro lado, Platão vê o mundo das mudanças como o da aparência. “É uma cópia ou sombra do mundo verdadeiro e real e, nesse, Parmênides é quem tem razão.” (CHAUI, 2002, p. 181) Para conhecer a essência e desconsiderar as aparências, é importante atentar para a dialética, que é um método do pensamento e da linguagem. Aristóteles não compactua do mesmo posicionamento. Para ele, Heráclito erra em supor que a mudança ocorre pela contradição. “Cabe à filosofia conhecer como e por que as coisas, sem mudarem de essência, transformam-se, assim como cabe à filosofia conhecer como e por que há seres imutáveis.” (CHAUI, 2002, p. 182). Para Aristóteles, Parmênides está certo quanto ao fato de que pensamento e linguagem carecem de identidade. Também defende Heráclito quando afirma que as coisas mudam e que os dois estão enganados quando colocam que identidade e mudança são contraditórias.



Refleta

Enquanto Heráclito defende o devir como real, considerando que o que dá sentido à vida são as mudanças, as transformações, os contrários, Parmênides tem posicionamento totalmente divergente, entendendo que o fluxo dos contrários é apenas opinião, pois real é aquilo que não muda e não se opõe a si mesmo. A partir desses dois pensamentos filosóficos, é possível afirmar que nossa essência, de fato, não muda? Mas, ao longo de nossa vida, não convivemos com mudanças? Não seriam as mudanças responsáveis pelo nosso crescimento? Sendo a comunicação uma área tão dinâmica, até que ponto precisamos manter a essência para promover seu melhor desempenho? As reportagens investigativas, que costumam demorar vários dias para serem concluídas, se valem das mudanças ocorridas ou do que não muda no caso analisado?



Vocabulário

Devir: segundo o dicionário Michaelis, o termo significa vir a ser, tornar-se, devenir. Trata-se de um processo de transformação constante pelo qual passam todos os seres e todas as coisas. É o mesmo que vir a ser.

Não podemos afirmar que o caso envolvendo a Miriam Leitão é sofista. O sofismo pode ser verificado a partir da repercussão de seu relato no blog. Foi um texto com alto poder de convencimento e persuasão. Ocorreu em um momento em que a população brasileira se dividia entre os que são contra e os que são a favor de partidos ditos de esquerda, tendo em vista inúmeras denúncias de corrupção. O texto já começa com uma frase impactante: “sofri um ataque de violência verbal por parte de delegados do PT dentro de um voo”. Só esse início já vai ao encontro do entendimento de Aristóteles e Platão, para os quais são sofistas aqueles que persuadiam os indivíduos por meio de práticas duvidosas e enganosas, deixando seu público maravilhado. E o texto persuasivo da jornalista prossegue: “Foram duas horas de gritos, xingamentos, palavras de ordem contra mim e contra a TV Globo”. Este outro trecho do comentário de Miriam Leitão comprova a definição de sofismo, a de que os ensinamentos e convencimentos ocorriam por meio de uma retórica argumentativa e uma oratória que preservava a excelência das ações. Ações como essa que vemos da jornalista da TV Globo, de persuasão e poder midiático, levaram o movimento sofístico a romper a tradição filosófica e promover o antagonismo de dois públicos, os entusiastas e os defensores da ação e os adversários obstinados. Cabe bem tal explanação acerca do sofismo neste caso, quando observamos ações contrárias e até desmentidas por parte de pessoas que estavam no mesmo voo. O presidente do diretório municipal do PT no Rio de Janeiro (RJ), Bob Calazans, disse que estava no mesmo avião e se sentou ao lado da jornalista e que “ela faltou com a verdade na coluna dela do jornal”. Segundo ele, Leitão não foi xingada, ofendida nem empurrada. Um advogado e uma professora, que estavam entre os passageiros, também se pronunciaram desmentindo Leitão. O advogado diz que a abordagem ocorreu antes da decolagem e no momento do pouso. A professora, que foi a última a entrar no avião, disse encontrar um ambiente normal, não tendo nem notado a presença da jornalista.

A comunicação como ação humana

Descrição da situação-problema

Um dos setores que mais sofrem em situações de crise é o da construção civil. Construir e reformar sempre são atos deixados para quando a situação melhorar. E quanto mais ela demora a melhorar, mais o setor padece com a crise. É nessas ocasiões que surgem as boas ideias e com elas as ações humanas. A comunicação e o marketing são os aliados para potencializar os projetos e auxiliar na sua implementação. Em 2016, quando completaria 75 anos, o Grupo Tigre decidiu investir na comunicação, com uma linguagem direta ao mercado, aos colaboradores e à comunidade. Criou um novo portal na internet, um aplicativo digital para profissionais da área de construção civil, um livro com o histórico da empresa e o projeto denominado Construindo um Mundo Melhor. As ações eram pensadas a todos os seus públicos, como forma de driblar e sair da crise. O aplicativo, que integrava o programa de relacionamento e desenvolvimento profissional do grupo, apresentava indicações de bons profissionais e informações do tipo “faça você mesmo”. O novo portal auxiliava não apenas o consumidor final mas também arquitetos, engenheiros e demais profissionais envolvidos no setor. Outra iniciativa foi a criação do filme em parceria com o canal por assinatura Discovery, cujo título é *Construindo um Mundo Melhor*. O filme foi dividido em oito pilulas, ou episódios, trazendo cada um, além da história da empresa, auxílio para solução de problemas em residências, como infiltração, gasto de energia, mau cheiro em ralos, tratamento de esgoto e até dengue. Os vídeos também estão disponíveis no YouTube.

Considerando o caso da Tigre, até que ponto a comunicação e, com ela, o marketing podem auxiliar em ações assertivas?

Resolução da situação-problema

A partir do pressuposto de que uma ação humana se caracteriza por escolhas, as quais são colocadas numa relação de prioridades, o grupo Tigre estava diante de duas opções: esperar a crise passar ou enfrentá-la. Escolheu, então, a segunda. Porém, não teria condições de fazer esse enfrentamento sozinho. Precisava de seus colaboradores, parceiros e consumidores. E, como em toda relação

pressupõe-se a troca, todos os lados precisavam ganhar, ou, nesse caso, driblar juntos a crise. A comunicação foi primordial para obter o apoio no projeto e viabilizá-lo. A comunicação interna foi importante para motivar, estimular e conscientizar colaboradores e parceiros e também para envolvê-los nas ações. A comunicação externa, com divulgação do aplicativo na mídia jornalística, por meio da assessoria de imprensa, e do marketing, com campanhas publicitárias mostrando o funcionamento do produto (aplicativo) as ações e maior visibilidade da marca, potencializou a comunicação interna e engajou o público.

Faça valer a pena

1. Mudança tem alguns significados, você muda quando segue um caminho diferente do de sempre ou do que havia pretendido; quando tira algo de um lugar e coloca em outro; quando troca uma coisa por outra, sendo essa "coisa" abstrata ou física; quando modifica algo feito; quando transforma alguma coisa que era de um jeito e que passa a ser de outro. Você muda de casa, de trabalho, de amizade, de ambiente, de localidade etc. Ocorre ainda a mudança quando se passa a adquirir outros hábitos, outras formas de vida ou de levar a vida. Para mudar, você sofre algum tipo de influência, que pode ser por meio da sofística. O oposto da mudança é a permanência, ou seja, a constância, a continuidade, a persistência. Também traz o sentido de permanecer, ou seja, continuar localizado em determinado ponto.

A partir de tais considerações sobre a mudança, como a sofística, uma prática de origem grega do sofista, que significa sabedoria (*sophia*) e sábio (*sophos*), pode promover a mudança?

- a) Por meio de expressões de impacto e do movimento sofístico que rompeu a tradição filosófica, promovendo o antagonismo de dois públicos, os entusiastas e os defensores da ação e os adversários.
- b) Sendo ela um termo empregado por formadores de opinião, como os jornalistas, por exemplo, por meio de linguagens narrativas e discursivas influenciam seus públicos.
- c) Pelo que Aristóteles e Platão entendiam como práticas duvidosas e enganosas, rompendo com a tradição filosófica por receber um sentido pejorativo, de persuasão.
- d) Quando mostra um caminho diferente, norteado por qualquer coisa abstrata ou física independente da ética, mas ligado aos princípios de Heráclito e Parmênides.
- e) Por meio dos princípios próprios do movimento sofístico, destinado

ao antagonismo de dois públicos distintos que visavam unicamente à persuasão.

2. A ação humana é a base da economia e, por ser humana, ela não é nem pode ser exata, cabendo variáveis, questionamentos e posições divergentes sobre seus resultados. Sobre a economia incidem justamente as ações humanas.

Leia o texto a seguir, que traz a definição de ação humana, e aponte a alternativa que corresponde ao seu complemento.

“Pode-se definir a ação humana como _____, ou seja, que tem _____ a ser alcançado no futuro. Não se pode dizer que _____, como piscar de olhos e respirar, por exemplo, seja uma ação humana, porque não depende de nossa vontade nem se ocasiona por um desejo de algo que queremos concretizar lá na frente”.

Assinale a alternativa que completa corretamente as lacunas:

- a) uma tradição filosófica / um ensinamento / um comportamento voluntário.
- b) um ato de oratória / um sentido de visão / uma ação passiva.
- c) um comportamento não premeditado / um princípio motor / uma intenção.
- d) um comportamento propositado / um propósito ou um objetivo / um comportamento involuntário.
- e) um comportamento involuntário / um propósito ou um objetivo / uma ação pensada.

3. A Filosofia nasceu a partir da preocupação com o nascimento, a origem e a transformação dos seres. Foi na era de Platão e Aristóteles que ela atingiu seu clímax, ao apresentar solução para duas questões: contradição-mudança e identidade-permanência. Isso ocorreu depois que essas duas grandes tendências foram expostas pelos filósofos Heráclito de Éfeso e Parmênides de Eleia.

Quais eram essas tendências que representavam os pensamentos filosóficos de Heráclito e Parmênides e que se perpetuaram como ensinamentos de vida? Indique V para as afirmações verdadeiras e F para as falsas a seguir:

- 1. Heráclito entende que o mundo é um fluxo perpétuo, mas nem tudo se transforma no seu contrário. ()
- 2. Para Heráclito, é real e verdadeiro tudo aquilo que se transforma contrariamente; por exemplo: o dia vira noite; o inverno se torna verão; a

escuridão vira luz; e assim por diante. ()

3. Parmênides enxerga contrariedades internas nas pessoas, embora afirme que o ser é sempre o mesmo. ()

4. Heráclito apontava como real o devir (mudança, passagens, transformações). Parmênides entende o mundo de outra forma. Para ele, o fluxo dos contrários é apenas opinião. ()

5. Parmênides vê a contrariedade como irreal, pois o que é real não muda nem se opõe a si mesmo. ()

Assinale a alternativa com a associação CORRETA:

a) 1 – V; 2 – V; 3 – F; 4 – F; 5 – V.

b) 1 – V; 2 – F; 3 – V; 4 – V; 5 – F.

c) 1 – F; 2 – V; 3 – F; 4 – V; 5 – V.

d) 1 – F; 2 – F; 3 – V; 4 – F; 5 – V.

e) 1 – V; 2 – F; 3 – V; 4 – F; 5 – F.

Seção 3.3

O agir com base no coletivo da comunidade primitiva e o contraste da sociedade de classe. O mundo medieval e a ética cristã

Diálogo aberto

O Movimento Brasil Livre (MBL) é um coletivo político brasileiro que se assume como defensor do neoliberalismo e do republicanismo. Surgiu em 2014, quase um ano após os protestos pelo aumento das passagens de ônibus em São Paulo, ocorridos em junho de 2013, que repercutiram em todo o Brasil e até mesmo em outros países. Esses protestos contaram com a participação de alguns dos integrantes do MBL entre as lideranças. Sua proposta, expressa em seu site, é pela defesa de um país livre de corrupção e suas manifestações prezam pela não participação de partidos políticos. Um de seus colunistas é Luan Sperandio Teixeira, colaborador da Rede Estudantes para Liberdade (REL). Outro colaborador da mesma rede é Fabio Ostermann, representante no Rio Grande do Sul e integrante do Instituto Ordem Livre, como explica Guilherme de Almeida Soares, no site Esquerda Diário. Embora o movimento afirme prezar pela não participação de partidos políticos, um de seus integrantes, Fernando Holiday, foi eleito vereador por São Paulo e é visto como representante do MBL na Câmara Municipal. Em seus vídeos, mostrando protestos pelo Brasil, podemos identificar a presença de outros políticos. Pode-se dizer que, dada sua informalidade, os coletivos não têm o compromisso de coerência em seu discurso? Nesse caso, podemos desconsiderar os princípios éticos?

Não pode faltar

Nesta seção, abordaremos a ética frente ao mundo medieval, ao cristianismo e às concepções de grupos políticos ou identitários. Começamos então discutindo e analisando a sociedade de classe e depois partimos para os movimentos sociais, as comunidades primitivas e os coletivos, sempre embasados por autores que irão compor o conceito para que possamos compreender os temas

dentro de uma contextualização. Para conceituar sociedade de classe ou classe social, cabe lembrar que o termo foi criado no século XIX pelo filósofo, sociólogo e jornalista Karl Marx. Embora não tenha havido, no início, uma definição clara de seu propósito, as obras de Marx ajudaram a alinhar seu entendimento. Em sistemas democráticos, é comum o uso e a identificação de classe social, haja vista as classes sociais econômicas, que diferenciam as pessoas por renda e, conseqüentemente, poder de compra. Há também as classes sociais culturais, cujos indivíduos são segmentados por seus modos, hábitos e costumes. Há as classes sociais de trabalhadores, aqueles de segmentos específicos, como metalúrgicos, químicos, construção civil etc. O ponto de partida para a formação de classes é a economia, com as relações de produção, e se constitui de dois lados: o da produção e o do trabalho, representados por burguesia e proletariado. Marx criou categorias abstratas, mas de fácil visualização por seu caráter econômico e por suas diferenças sociais. Nessa categorização, identificou, por exemplo, camponeses e artesãos, que embora não fossem vistos em um grupo econômico, representavam uma categoria de classe social que, como tal, poderiam atuar em ação coletiva. “Toda luta política das classes gira em torno do Estado. Entendamos: em torno da posse, isto é, da tomada e manutenção do poder de Estado por uma certa classe ou por uma aliança de classes ou frações de classes.” (ALTHUSSER, 2001, p. 65)

É por meio da ação coletiva que ocorrem as lutas e as conquistas de direitos de classe, como melhoria das condições de trabalho, de salários, benefícios em alimentação e saúde, descanso remunerado, entre outros. Apesar de serem necessidades de toda a classe trabalhadora (do proletariado de Marx), cada categoria possui suas particularidades, que precisam ser levadas em conta nas reivindicações, inclusive nos seus aspectos culturais. Thompson (2001) entende que a cultura é o principal fator para a formação de classes sociais, mesmo sabendo da influência econômica sobre elas, por conta das relações de produção. Sendo assim, uma classe social é constituída a partir de resultados de experiências adquiridas em grupo em detrimento de decisões e respostas de outro grupo. Em relação à economia, ou seja, faixa de renda e poder de compra, as classes sociais se dividem em classe alta (A), classe média-alta (B), classe média (C), classe média-baixa (D) e classe baixa (E). Para classificá-las,

consideram-se dois critérios: unidimensionais e multidimensionais. Os unidimensionais levam em conta uma variável, que pode ser a renda, ou sua localização. Os multidimensionais trabalham a partir de variáveis, como renda familiar, nível de educação, bens imóveis e móveis, como carro, geladeira, aparelhos eletrônicos etc.



Assimile

Entre os romanos, *proletariado* significava o cidadão mais pobre, cujos filhos, no futuro, serviriam à pátria, defendendo os nobres. Mas o termo proletariado surgiu na Revolução Industrial, significando filhos (proles) das classes dominantes do poder. Com Marx (2008), a partir o século XIX, o termo passou a ter mais notabilidade, primeiro representando a classe pobre e depois a força de trabalho responsável pelos meios de produção que sustentavam a burguesia, da qual faziam parte comerciantes, banqueiros, proprietários de terras, industriais, entre outros que mantinham o poder econômico. Marx (2008) chamava a atenção para o termo proletariado como parte do combate ao sistema capitalista (ele acreditava em uma sociedade sem divisões de classes), já que cada um dos lados possuía o devido potencial e representatividade na escala da riqueza. "A acumulação do capital é, portanto, multiplicação do proletariado." (MARX, 2008, p. 837)

Outro segmento de classes é aquele formado pelos movimentos sociais. Também composto por grupos de pessoas de objetivos comuns, eles contribuem para a organização e a conscientização da sociedade. Além disso, podem apresentar um ideário civilizatório na perspectiva de uma sociedade democrática, cujas lutas têm como fim culturas políticas de inclusão e têm como meio a conquista de políticas públicas condizentes com seus anseios. Suas lutas ocorrem "pelo reconhecimento da diversidade cultural. Há neles, na atualidade, uma resignificação dos ideais clássicos de igualdade, fraternidade e liberdade" (GOHN, 2013, p. 16). A autora reforça que os movimentos sociais se colocam na categoria de educativos e, portanto, de aprendizagem, tematizando e redefinindo a esfera pública. Vão ao encontro dos princípios da ética e da moral, pois preconizam o respeito mútuo e a valorização do cidadão.



Pesquise mais

Gohn (2013) chama a atenção para formação de movimentos sociais no setor das comunicações, por sua importância na sociedade

como um todo, representando o canal que leva informação e conhecimento. Ela elenca alguns grupos relevantes, como o das rádios comunitárias, além de outros que, pelo caráter de expressão cultural, se utilizam, principalmente, da mídia independente, como é o caso do grafite, do teatro de rua e de grupos de protestos, que usam a internet, sobretudo, para se expressar. As rádios comunitárias são canais alternativos de expressão e de resistência e uma forma de empoderamento das comunidades. Entre os setores mais intelectualizados da comunicação, destacam-se movimentos, como o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC). “Os espaços comunicacionais são estratégicos tanto ao movimento, para publicizar suas demandas e buscar algum espaço contra-hegemônico, como para seus opositores, que buscam desqualificá-los e isolá-los da opinião pública [...]” (GOHN, 2013, p. 149). A internet atua como um importante aliado dos grupos sociais, pois possibilita participação direta, colaboração instantânea e ampla divulgação das atividades dos movimentos. Por isso, os profissionais de comunicação (jornalistas, publicitários, relações públicas, designers) devem ficar sempre muito atentos às novas tecnologias, acompanhando o passo a passo de seu público como forma de contribuir para o fortalecimento das classes sociais.

O vídeo a seguir, produzido em 2009 pela Quem TV Produções, traz um histórico dos movimentos sociais e ajuda a compreender outros movimentos que surgiram a partir dessa época, assim como o papel das novas mídias nas lutas por ideais coletivos.

Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=406ujmrth_w. Acesso em: 11 jul. 2017.

Mais informações sobre movimentos sociais também podem ser pesquisadas no livro *Movimentos sociais e Redes de Mobilizações Civas no Brasil Contemporâneo*, de Maria da Glória Gohn, publicado em sua quinta edição pela editora Vozes, em 2013.



Exemplificando

Um bom exemplo de movimento social que se transformou em uma organização voltada à aprendizagem é a Escola de Notícias, do jornalista Tony Marlon. Idealizada em 2011 mas criada em 2013, a escola ajuda as pessoas a trabalharem suas histórias e suas comunidades por meio

de uma metodologia tal como a de educomunicação¹, com oficinas de jornalismo, fotografia, produção de vídeos, jornais, revistas, rádios, entre outros meios.

Veja no link uma reportagem sobre o assunto publicada pela Folha de S. Paulo e, mais abaixo, na mesma página web, há um vídeo sobre esse movimento. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/empreendedorsocial/finalistas/2013-tony-marlon-escola-de-noticias.shtml>. Acesso em: 24 jul. 2017.

Comunidade primitiva

Para compreendermos a comunidade primitiva e o contraste da sociedade de classe, precisamos analisar as formações sociais primitivas, sua relação com a produção e o papel político-ideológico da educação nesse contexto. Como as sociedades possuem formações sociais e culturais diferenciadas, as relações também se constituem dessas características. E são essas, mais as necessidades e ideologias, que auxiliam o homem no convívio com a natureza. “A ideologia é, aí, um sistema de ideias, de representações que domina o espírito de um homem ou de um grupo social.” (ALTHUSSER, 2001, p. 81) É com trabalho que o indivíduo colabora com sua sobrevivência, reforça sua ideologia, participa da vida em sociedade e em grupos sociais. E com o trabalho, ou seja, os meios de produção, formam-se as forças produtivas, as quais se diferem de acordo com o perfil e o trabalho profissional de cada grupo. Em uma sociedade primitiva, quem detém a produção e os produtos é a tribo, razão pela qual não se consideram as estruturas hierárquicas ou a meritocracia. A educação que prevalece é a não formal, ou seja, os ensinamentos passam de pai para filho.

As divisões de trabalho ocorriam quando a produção avançava, necessitando de planejamento e controle e coordenação. À medida que a tecnologia para o processo de produção aumentava, modificavam suas formas e se consolidavam as divisões. Iniciava, então, um processo contemporâneo de trabalho e de formação

¹ Educomunicação surgiu como um movimento na década de 1970, pelo esforço do professor Ismar de Oliveira Soares, da USP, e se consolidou como conceito e metodologia pedagógica a partir da década seguinte. Seu objetivo é o de utilizar, na aprendizagem, as novas tecnologias associadas à mídia para unir a educação com a comunicação e a multimídia de forma colaborativa e interdisciplinar.

de sociedade. Quanto mais o homem evoluía nas suas relações e conhecimentos do trabalho, mais aumentava a diferenciação entre os cidadãos. Surge, então, a propriedade privada, a divisão de poder, a expansão da escravatura, e logo depois, gradativamente, a sociedade vai se dividindo em grupos de poder, com os detentores da produção (que não trabalhavam) e o proletariado. Foi aí que se configuraram as classes sociais. As que detinham o poder econômico mantinham os trabalhadores submissos a elas. Esse poder, calcado em parentesco, recebeu o nome de Estado, e os órgãos a ele subordinados, como Exército, Justiça etc., compunham o aparelho do Estado.

Mundo medieval e a ética cristã

Vamos começar pela Idade Média, um extenso período que ocupa os séculos V e VI, iniciando pela queda do Império Romano. A Idade Média pode ser dividida em dois períodos, o primeiro, que vai até o ano 1200, e o segundo, de 1200 a 1500, marcado pelo renascimento filosófico, cujo grande pensador foi Tomás de Aquino (1225-1274). Na primeira parte da Idade Média, consolidam-se as instituições medievais, tendo sido o feudalismo a mais importante. Nessa época, os espaços das cidades foram sendo ocupados pela ruralização, e a civilização islâmica prospera. Configurou-se a força da população árabe que agrega em seu território a Espanha, parte da França, da África e do Oriente Médio, incorporando ainda terras da Índia e da China. Com o Império Islâmico, destacam-se a cultura, a intelectualidade e o conhecimento científico, com a valorização de diversas áreas do conhecimento. Não por acaso foi nessa época que surgiram os números árabicos, que facilitariam a aritmética, abrindo espaço para a contabilidade e a econometria. Na segunda parte, o destaque foi o feudalismo, com a formação de pequenos espaços de terra (feudos) adquiridos à custa de relações políticas, em detrimento dos camponeses, cujo poder concentrava-se nas mãos do rei e da igreja.

A Igreja, que detinha o monopólio do ensino religioso, era quem estabelecia os princípios éticos. Vamos entender melhor. Segundo Chaui (2002), enquanto outras religiões da Antiguidade tinham caráter nacional e político, o cristianismo surge como religião que atende a todos os indivíduos, independentemente de sua nacionalidade: o ponto de união é ter um único Deus. "Em outras palavras, enquanto

nas demais religiões antigas a divindade se relacionava com a comunidade social e politicamente organizada, o Deus cristão relaciona-se diretamente com os indivíduos que nele crêem.” (CHAUI, 2002, p. 343) Isso muda tudo em relação à ética. Ela deixa de se relacionar à vida da pessoa ante sua sociedade e passa a ter relação com a vida cristã, ou seja, espiritual com Deus. A autora apresenta duas importantes diferenças da concepção ética da Antiguidade em relação ao cristianismo. A primeira é que a virtude não se define mais a partir da relação do indivíduo com a cidade (sua localidade) e com as outras pessoas, passando a depender da qualidade de sua relação com Deus, sendo Ele o único mediador. A segunda diferença é a constatação cristã de que, apesar de termos o livre-arbítrio, somos todos seres fracos com o impulso de nossa liberdade dividida entre o bem (seguidores de Deus) e o mal (voltados à tentação demoníaca).



Refleta

Quando surge o cristianismo, o ser humano passa a ser considerado, por si mesmo, incapaz de fazer o bem e as virtudes. Essa concepção contempla a ideia do dever como moral. Tanto pelo Antigo quanto pelo Novo Testamentos, Deus passou a estabelecer e a representar a lei a ser seguida pelos seres humanos. E só Ele aponta o bem e o mal, a salvação e o castigo, a virtude e o vício, a alegria e a tristeza. Desobedecendo-o, o indivíduo viola a ética. Dessa forma, sendo a ética direcionada pelo cristianismo, ou seja, estabelecida por Deus, qual seria o auxílio divino que possibilitaria a vida ética?

Diante dessa questão da ética relacionada a princípios cristãos, a filosofia moral identificou três tipos de conduta: a moral ou ética, relacionada às regras e normas impostas pelo dever; a imoral ou antiética, que contraria essas tais regras e normas impostas pelo dever; e a conduta indiferente à moral, que não se norteia pelas normas e regras do dever (CHAUI, 2002).



Até o cristianismo, a filosofia moral localizava a conduta ética nas ações e nas atitudes visíveis do agente moral, ainda que tivessem como pressuposto algo que se realizava no interior do agente, em sua vontade racional ou consciente. Eram as condutas visíveis que eram julgadas virtuosas ou viciosas. O cristianismo, porém, é uma religião da interioridade, afirmando que a vontade e a lei

divina não estão escritas nas pedras nem nos pergaminhos, mas inscritas no coração dos seres humanos. A primeira relação ética, portanto, se estabelece entre o coração do indivíduo e Deus, entre a alma invisível e a divindade. Como consequência, passou-se a considerar como submetido ao julgamento ético tudo quanto, invisível aos olhos humanos, é visível ao espírito de Deus [...]. (CHAUI, 2002, p. 344)

Assim, o dever passa a se relacionar, inclusive, com as intenções invisíveis, as quais também são julgadas sob a perspectiva da ética, sob o olhar de Deus. Para o cristianismo, é preciso que haja um dever para que se resolva um problema ético, encontrando um caminho que possa apontar o bem sobrepondo-se ao mal. Estabelece-se assim, mais do que a relação da ética com a religião, a caracterização de poder. No entendimento de Foucault, o poder funciona como uma força geratriz de legitimidade, ou seja, consolida o legítimo por meio de um discurso único. “Como o poder seria sem dúvida, agradável e fácil de dismantelar, se limitasse a vigiar, a espiar, surpreender, proibir e punir; mas inicia, suscita, produz; não é apenas olho e ouvido; faz agir e falar.” (FOUCAULT, 1992a, p. 123 apud RESENDE, 2016, p. 127).



Exemplificando

Embora sejam antigos, os coletivos ganham cada vez mais força na atualidade, por conta de seu caráter político, pela liberdade de expressão e, sobretudo, pela facilidade dos canais, viabilizados com o apoio das novas tecnologias. Como já lembrava Foucault (1994 apud DUARTE, 2016), esses grupos são mediados por uma relação de amizade ou de autoridade, atuando de maneira a estabelecer uma liberdade que propicie uma nova forma de se reconhecer e ser reconhecido por outros. Os coletivos também permitem um comportamento calcado em regras próprias, sendo seus integrantes livres, inclusive, a propor e até impor novas regras. Isso se observa em qualquer que seja o coletivo, tanto político quanto sindical e de trabalhador ou identitários, como é o caso do movimento LGBT, feministas, mulheres negras, Marcha das Vadias, entre outros.

Como exemplo da área de comunicação, apresentamos o coletivo Jornalistas Livres, que surge como mídia alternativa e que, por não ter apoio financeiro do setor empresarial, faz jus à sua liberdade de comunicação, com críticas ao poder político estabelecido no Brasil e ao

poder econômico, vistas pelo coletivo como forças hegemônicas que ditam as formas de sobrevivência das sociedades.

Acesse o link do coletivo Jornalistas Livres para conhecer mais.
Disponível em: <https://jornalistaslivres.org/>. Acesso em: 2 ago. 2017.

Sem medo de errar

O coletivo, independentemente de onde se instale, se no meio virtual ou físico, é um movimento social. E, como tal, tem seu caráter educativo, de troca de conhecimento e de aprendizagem. Ele se coloca na esfera pública com suas temáticas e seus compromissos. Sendo a representação de grupos, tem poder de controle social e de construção de modelos inovadores de sociedade a serem perseguidos por adeptos e simpatizantes. Na opinião de Gohn (2013), esses movimentos atuais se diferem dos mais antigos, como os dos direitos civis, os feministas, os estudantis etc., da década de 1960, ou mesmo os de 1970 ou 1980, pois esses pleiteavam direito a ter direitos. E, hoje, o olhar é muito mais para si próprio por saberem que esses direitos já foram adquiridos. Agora o direito que se quer é o de se estabelecer com seu propósito diante das sociedades. Sendo assim, é imprescindível manter a coerência entre seus propósitos, seus compromissos e seus discursos. Os princípios defendidos podem mudar com o tempo? Sim, não há problema algum nisso. No caso do MBL, tendo um de seus integrantes envolvidos na política partidária, não é possível manter o mesmo discurso para que a ética não seja violada e o acordo firmado com seu público seja mantido.

Avançando na prática

O direito das mulheres

Descrição da situação-problema

Um dos movimentos sociais que mais se proliferam na atualidade relaciona-se aos direitos de causas, como dos negros, LGBT, mulheres, entre outros. É muito importante abordar os direitos, porque eles universalizam as questões sociais e os problemas gerais relacionados. Segundo Maria Glória Gohn (2013), é a partir dos direitos que se

resgata um povo e uma nação. Mas os principais direitos estão aí consolidados, tais como os direitos culturais, de proteção ambiental, do poder, entre outros. Eles precisam apenas ser legitimados. Assim sendo, como se pode legitimar um direito?

Resolução da situação-problema

Uma das formas de legitimar o direito de as mulheres jornalistas obterem o respeito de seus públicos, além de dispor de um espaço específico para suas manifestações, foi a criação do Coletivo de Jornalistas Feministas Nísia Floresta. Ele nasceu em Curitiba, em 2015, com o objetivo de integrar mulheres jornalistas e feministas e se tornar um espaço para a discussão sobre as intersecções entre o jornalismo e o feminismo. “Aqui, podemos discutir pautas, sugerir fontes [às] mulheres, debater a participação da mulher na profissão, divulgar relatórios a respeito do tema, postar links para o debate sobre Jornalismo e Feminismo e também temas em geral que envolvam a mulher e o feminismo.” Essa é a justificativa que consta no site do coletivo. Uma das ações do coletivo é o Trampos das Minas, criado para dar mais representatividade feminina e respeito e diversidade às experiências. Com o propósito de impactar pessoas, gerar conexões e fomentar transformações, a iniciativa visa ao empoderamento feminino e à abertura de espaço para o empreendedorismo e a criatividade como forma de ter visibilidade no mercado de trabalho. Por meio dessa ação, pretende-se dialogar com outros grupos, a fim de contribuir com outras causas relacionadas ao trabalho. O movimento ingressou nas redes sociais digitais, o que facilita ainda mais a integração com outros grupos afins.

Faça valer a pena

1. Há classes sociais econômicas que diferenciam as pessoas por renda e, consequentemente, poder de compra. Há também as classes sociais culturais, cujos indivíduos são segmentados por seus modos, hábitos e costumes. Há as classes sociais de trabalhadores, aqueles de segmentos específicos, como metalúrgicos, químicos, construção civil, professores etc.

Complete a frase a seguir e aponte o item que corresponde à sua resposta:

O ponto de partida para a formação de classes é a economia, com _____, e se constitui de dois lados,

_____, representados por burguesia e _____.

- a) as relações entre camponeses e artesãos / o do trabalho e o do feudalismo / movimentos sociais.
- b) suas ramificações / o da indústria e o do consumo / formadores de opinião.
- c) as relações de produção / o da produção e o do trabalho / proletariado.
- d) o proletariado / o do poder público e o do poder privado / cidadão comum.
- e) o setor de consumo / o da produção e o do trabalho / categorias abstratas.

2. É por meio da ação coletiva que ocorrem as lutas e as conquistas de direitos de classe, como melhoria das condições de trabalho, de salários, benefícios em alimentação e saúde, descanso remunerado, entre outros. Apesar de serem necessidades de toda a classe trabalhadora (do proletariado de Marx), cada categoria possui suas particularidades, que precisam ser levadas em conta nas reivindicações, inclusive nos seus aspectos culturais.

Em relação à economia, ou seja, faixa de renda e poder de compra, as classes sociais se dividem em classe alta (A), classe média-alta (B), classe média (C), classe média-baixa (D) e classe baixa (E). Para classificá-las, consideram-se dois critérios: unidimensionais e multidimensionais. Como uma classe social é constituída?

- a) Uma classe social é constituída de modelos econômicos diferenciados e de variáveis, como renda, perfil social e escolaridade.
- b) Uma classe social é constituída a partir resultados de experiências adquiridas em grupo em detrimento de decisões e respostas de outro grupo.
- c) Uma classe social é constituída a partir de dois critérios variáveis, ou seja, unidimensionais, que consideram a localização, e os multidimensionais, que partem da aquisição de bens imóveis e móveis, como casa, carro, geladeira, aparelhos eletrônicos etc.
- d) Uma classe social é constituída a partir de benefícios obtidos por seu grupo com diferenciais que variam de acordo com sua especificidade.
- e) Uma classe social é constituída a partir de variáveis que levam em conta sua origem e seus aspectos culturais.

3. A ética na era cristã ocorreu porque a Igreja, que detinha o monopólio do ensino religioso, era quem estabelecia os princípios éticos. Enquanto outras religiões da Antiguidade tinham caráter nacional e político, o cristianismo surgia como religião que atendia a todos os indivíduos,

independentemente de sua nacionalidade: o ponto de união é ter um único Deus.

Com base em seu entendimento sobre a relação da ética com o cristianismo, a seguir, indique V para as afirmativas verdadeiras e F para as falsas.

1. Mesmo antes do cristianismo, o ser humano já era considerado, por si mesmo, incapaz de fazer o bem e as virtudes. Essa concepção contempla a ideia do dever como moral.
2. A ética deixa de se relacionar à vida da pessoa ante sua sociedade e passa a se ligar com a vida cristã, ou seja, a vida espiritual com Deus.
3. Tanto pelo Velho quanto pelo Novo Testamentos, quem passou a representar a lei foram os indivíduos a partir das determinações estabelecidas por Deus.
4. A virtude não se define mais a partir da relação do indivíduo com a cidade (sua localidade) e com as outras pessoas, passando a depender da qualidade de sua relação com Deus, sendo Ele o único mediador.
5. Apesar de termos o livre-arbítrio, somos todos seres fracos com o impulso de nossa liberdade dividida entre o bem (seguidores de Deus) e o mal (voltados à tentação demoníaca).

Assinale a alternativa com as corretas indicações:

- a) 1 = V; 2 = V; 3 = F; 4 = F; 5 = V.
- b) 1 = V; 2 = F; 3 = V; 4 = V; 5 = F.
- c) 1 = F; 2 = F; 3 = V; 4 = F; 5 = F.
- d) 1 = F; 2 = V; 3 = F; 4 = V; 5 = V.
- e) 1 = V; 2 = V; 3 = V; 4 = F; 5 = F.

Referências

ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos Ideológicos do Estado**. 8. ed. Rio de Janeiro: Graal Biblioteca de Ciências Sociais, 2001.

ARISTÓTELES. **Ética a Nicômaco**. 6. ed. São Paulo: Martin Claret, 2001.

CABRAL, João Francisco Pereira. "**Os Sofistas**". Brasil Escola. Disponível em <http://brasilecola.uol.com.br/filosofia/os-sofistas.htm>. Acesso em: 29 jun. 2017.

CHAUI, Marilena. **Convite à Filosofia**. São Paulo: Ática, 2002.

COLETIVO DE JORNALISTAS FEMINISTAS NISIA FLORESTA. Disponível em: <https://coletivonisiafloresta.wordpress.com/about/>. Acesso em: 29 jun. 2017.

DUARTE, André. Foucault e os coletivos políticos: novas formas de vida para além do sujeito identitários de direitos. In: RESENDE, Haroldo (Org). **Michel Foucault: política – pensamento e ação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2016. p. 35-49.

GOHN, M. da Gloria. **Movimentos Sociais e redes de mobilizações civis no Brasil contemporâneo**. São Paulo: Vozes, 2013.

LEITÃO, Miriam. O ódio a bordo. **O Globo**. Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: http://blogs.oglobo.globo.com/miriam-leitao/post/o-odio-bordo.html?utm_source=Twitter&utm_medium=Social&utm_campaign=compartilhar. Acesso em: 28 jun. 2017.

MANFRED, A. Z. **História do Mundo: o Mundo Antigo, a Idade Média**. v. 1. [s.d]. Disponível em: <https://www.marxists.org/portugues/manfred/historia/v01/01.htm>. Acesso em: 28 jun. 2017.

MARX, Karl. **O Capital: o processo de produção do capital**. 25. ed. São Paulo: Civilização Brasileira, 2008.

MISES, Ludwig von. **Ação Humana, um tratado de economia**. São Paulo: Instituto Ludwig von Mises Brasil, 2010. Disponível em <http://rothbardbrasil.com/wp-content/uploads/arquivos/acao-humana.pdf>. Acesso em: 28 jun. 2017

RESENDE, Haroldo (Org). **Michel Foucault: política – pensamento e ação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2016.

THOMPSON, E.P. Modos de Dominação e Revoluções na Inglaterra. In: SILVA, Sérgio (Org). **As Peculiaridades dos Ingleses**. Campinas: Editora da Unicamp, 2001.

Legislação e códigos de ética em comunicação

Convite ao estudo

Olá, caro estudante. Nesta unidade, vamos ingressar no mundo da filosofia e de sua racionalidade. Assim, conseguiremos juntos compreender o mundo a partir da essência das coisas, das constatações. Vamos, com isso, entender em que medida é possível e procedente relacionar o mito à ética. Veremos ainda que a expressão “tudo na vida tem uma razão” se conecta quase que diretamente à filosofia, entendendo por que ela é importante para compreendermos o sentido da vida, do mundo e de tudo o que nos cerca. Como somos seres racionais, agimos com a razão. No entanto, também realizamos ações ligadas à emoção, quando colocamos à frente o coração. Vamos estudar a razão sob os aspectos filosóficos e científicos que envolvem o saber e a lógica. A razão não se baseia no indivíduo em si, mas na psicologia de um todo, ou seja, na fenomenologia. Mas, para que possamos compreender a relação da filosofia com a razão, precisamos buscar outros conhecimentos, começando pela revolução filosófica de Sócrates, o patrono da filosofia, para o qual crenças e preconceitos do senso comum não são filosóficos. Seriam se carregassem consigo uma indagação, uma inquietação, um espanto, uma curiosidade em sua essência. Vamos analisar também os princípios filosóficos para a ação humana, os quais são sustentados pela ética, sobretudo por nos colocarmos diante de opções. Nesse contexto, a ética nos guia frente à condicionalidade que nos é colocada. Fechamos as análises discutindo a ética com base no mito, o qual pode ser visto como uma sustentação para o indivíduo compreender os seus princípios éticos.

Seção 4.1

A filosofia e a ordem racional como base para a ação. Sócrates e a presença dos princípios para a ação humana. Uma ética com base no mito

Diálogo aberto

Em 2012, a marca Halls apostou em uma ação de marketing que desagradou bastante seu público, em uma brincadeira publicada em sua página na rede social Facebook. Certo dia, lançou uma imagem com a frase “Pegaria muito a namorada do meu amigo” e, em seguida, complementava: “Confessa, vai...”. Não durou mais do que três horas para surgirem, aproximadamente, 500 comentários com críticas negativas, com ofensas à marca e ameaças de não consumirem mais os produtos da Halls. O argumento dos internautas era de que a mensagem promovia e incitava o adultério, sem contar o desrespeito com seu público e, principalmente, os fãs da marca. A aposta da Halls era utilizar uma linguagem que pudesse combinar com seu público: jovens acostumados àquele linguajar. Logo que percebeu os resultados, tratou de tirar a campanha do ar, numa atitude de arrependimento, sem, no entanto, se retratar, tendo informado apenas que a atitude teria partido de uma agência de comunicação, que era sua prestadora de serviço. Como discutir o racionalismo ético diante de uma situação como essa? Analise essa questão considerando o raciocínio ético, para o qual é possível ter uma vida melhor quando procuramos agir de forma que não se contrarie o posicionamento ético e moral das outras pessoas envolvidas, direta ou indiretamente, em nossa vida.

Não pode faltar

Olá, seja bem-vindo a mais uma unidade de ensino que integra a disciplina Legislação e Ética na Comunicação. Aqui, vamos nos aprofundar na filosofia e na racionalidade. Para isso, é fundamental entender de onde originou-se tal ciência. Seu criador, Sócrates, começou contrariando as crenças e os preconceitos do senso comum, com a seguinte afirmativa: “Sei que nada sei”. Que tal, em cada mudança de nossa vida, concentrarmos nosso pensamento

nessa frase?

Com base nisso, podemos compreender os pontos a serem destacados, nesta primeira seção, quais sejam: a filosofia e a ordem racional, a revolução filosófica de Sócrates, os princípios filosóficos para a ação humana e uma ética com base no mito.

É comum ouvirmos esta expressão: “tudo na vida tem uma razão”. A razão, muitas vezes, é a resposta, se não, é o caminho para que se obtenha essa resposta. Com tal resposta começamos a solucionar os problemas. E onde entra a filosofia nisso tudo? A filosofia é a base, consegue apontar e ajudar a entender a razão, a começar pela razão da existência, onde tudo se inicia. Assim, para estudar a razão, vamos discutir a racionalidade, que representa o estado da razão, do que é racional. Quando pensamos e agimos de forma sensata, analisando todos os lados e considerando todas as possibilidades, assumindo riscos e entendendo nosso papel e nossa responsabilidade, podemos dizer que estamos agindo com a razão e que, portanto, estamos sendo racionais. Quando abrimos mão de algo por pena, compaixão, por amor, agimos com o coração, de forma sentimental ou emocional, portanto. Ao conceituar racionalidade, precisamos estudá-la sob dois aspectos: filosófico e científico. O filosófico tem o olhar voltado para o ser envolvendo o saber. A racionalidade científica busca compreender a lógica a partir de experimentos e seus resultados, ou seja, a razão da ciência. Para a filosofia, mundo ou realidade representam não um sistema de coisas, pessoas, animais, vegetais, mas um conjunto de significações construídas pela consciência ou pela razão que dependem da estrutura da consciência. Portanto, elas não são pessoais: são, sim, essenciais e só existem para e pela consciência (CHAUI, 2002). Isso significa que a razão estuda não a psicologia de um indivíduo, mas a vida psíquica como um todo. A isso o filósofo alemão Edmund Husserl deu o nome de fenomenologia, que se origina de “fenômeno” e refere-se ao princípio que descreve as estruturas da consciência.



Assimile

Fenômeno é o que aparece ou se manifesta para a ciência. Assim, fenomenologia significa conhecimento do que aparece ou se manifesta à consciência, em conformidade com a estrutura da própria consciência (CHAUI, 2002).

“A fenomenologia não indaga, por exemplo, se uma certa ideia ou opinião são causadas pela vida em sociedade, mas pergunta: o que é social? O que é sociedade?” (CHAUI, 2002, p. 83). As respostas são o conteúdo da razão que dá sentido àquela realidade e são as significações ou essências. A fenomenologia é contrária ao pensamento de Hegel por entender que formas e conteúdos são mutáveis, pois se ampliam com o tempo, mas não se transformam pelo tempo.



Assimile

O filósofo alemão do século XIX, Georg Wilhelm Friedrich Hegel, ofereceu uma solução para o problema do inatismo (quando o conhecimento nasce com o indivíduo) e do empirismo (conhecimento oriundo da experiência sensorial) ante a teoria. Para ele, a razão é histórica, motivo pelo qual as ideias só seriam racionais e verdadeiras se não tivessem tempo, ou seja, se fossem eternas e perenes. Hegel entende que a mudança, isto é, a transformação da razão e de seus conteúdos, é obra racional da própria razão. “A razão não é vítima do tempo, que lhe roubaria a verdade, a universalidade, a necessidade” (CHAUI, 2002, p. 80). A razão é a própria história e o seu próprio tempo. A razão é histórica, como defende Hegel, por que somos racionais desde sempre.

Entretanto, há filósofos que preferem desconsiderar a fenomenologia e enveredam pelos princípios hegelianos. É o caso dos criadores da Escola de Frankfurt ou da Teoria Crítica, Theodor Adorno, Herbert Marcuse e Max Horkheimer. Mas eles, pela formação marxista, não defendem a posição de Hegel, no sentido de que a história e suas transformações são oriundas da própria razão sem considerar aspectos sociais, econômicos e políticos. A racionalidade da ciência ou o pensamento científico só foram considerados a partir do século XVI por meio do cientista inglês Francis Bacon, quando este valorizou a análise e a investigação científica, tal como vemos hoje nos trabalhos acadêmicos e nas pesquisas de campo, de laboratórios e teóricas. E aí está a relação de tais conceitos com o que vivemos na atualidade, ou seja, o motivo por que precisamos valorizar a pesquisa científica, considerando também o conhecimento empírico.

A revolução filosófica de Sócrates

A filosofia parte da confiança no pensamento e na razão como forma de conhecer a si mesmo e poder refletir a partir dessa existência. "A Filosofia começa dizendo não às crenças e aos preconceitos do senso comum e [...] que não sabemos o que imaginávamos saber; por isso [...] Sócrates afirmava que a primeira e fundamental verdade filosófica é dizer: 'Sei que nada sei.'" (CHAUI, 2002, p. 12) Crenças e preconceitos do senso comum não são considerados pela filosofia. Recorre-se à filosofia para uma indagação, uma inquietação, um espanto. A partir de Sócrates, a filosofia se voltou mais para o homem com seus questionamentos, o que possibilitou inquietações políticas. Isso fez com que o cidadão com mais de 21 anos se tornasse um político, participasse das reuniões, se apresentasse em ágoras. Era ele quem tinha poder de voz. A concentração do poder nas mãos de um ou de poucos surgiu depois, na Roma Antiga, quando foi estudada por Maquiavel. A evolução dos princípios filosóficos foi ocorrendo e moldando-se com o avanço civilizatório, mas sua essência permanece até hoje, desde a Grécia Antiga, discutindo e refletindo sobre participação política, relações do homem, justiça, legitimização, entre outros temas.



Pesquise mais

Quem foi Maquiavel?

Italiano, estudioso de filosofia política, Nicolau Maquiavel (1469-1527), que viveu na época do Renascimento, foi um importante historiador, embora sua educação não tenha sido gloriosa por conta da falta de recursos de sua família. Em 1513, escreveu *O Príncipe*, uma obra relevante que aborda o poder político entre os governantes e sua soberania perante a opinião pública. Trata-se de uma publicação que nunca perdeu seu caráter de atualidade. Seus escritos são identificados e até mencionados por políticos atuais em seus discursos, tanto nos parlamentos quanto em quaisquer outras ágoras.

Para saber mais de Maquiavel e de *O Príncipe*, assista ao vídeo seguinte, produzido pela TV Cultura, que traz o programa Café Filosófico, apresentado pelo historiador José Alves de Freitas. O programa foi exibido em agosto de 2016. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ca3KMPG-Zwg>. Acesso em: 21 ago. 2015.

Sócrates perseguia a conceituação das coisas do pensamento para levar à sua compreensão e ao seu valor. Somente a opinião não bastava, pois era superficial. O conceito, por sua vez, não, uma vez que ele tinha fundamento, era calcado no conhecimento, sendo assim, era intemporal e profundo, pois focava em sua essência. Por exemplo: não bastava dizer que algo era belo, era preciso definir o que era a beleza. Ele percorria as localidades para fazer perguntas como “o que é felicidade?”, “o que é amizade?” etc. Ele buscava a definição e a essência com as respostas. Quando estas eram baseadas em opiniões, ele simplesmente desconfiava delas, pois não acreditava em respostas com base em dogmas. O dogmatismo é como uma doutrina, ou seja, uma opinião já convencionada que não se questiona, simplesmente se aceita. “Um dogma é tomado como uma verdade que não pode ser contestada nem criticada, como acontece, por exemplo, na nossa vida cotidiana.” (CHAUI, 2002, p. 109)

Princípios filosóficos para a ação humana

Partindo-se do pressuposto de que fazer ou promover o bem é o objetivo de qualquer ação humana, perseguir esse bem é uma função que cabe apenas ao homem, pois é ele quem possui sensibilidade e raciocínio para executar a ação. Ele se sustenta pela ética para desenvolver essas ações e se vale de seus princípios morais. Segundo Schio (2009, p. 78), a ação é determinada pela contingência, sem a qual não seria possível sua realização, pois não teria sentido, ou seja, seria inútil. É preciso que haja condicionalidade para existir a possibilidade de escolha, pois uma ação decorre de outras. Para que uma ação se concretize, é preciso que haja desejo primeiro; depois, deliberação; em seguida, percepção, escolha; e, por fim, o ato em si. Pode-se dizer que o desejo é o início da ação. A deliberação consiste em estudar as alternativas que se tem para que se escolha a melhor delas. E, para isso, concentra-se mais na política e na técnica do que na ética. A percepção é a sensação que se tem de que a ação é possível e, portanto, de que cabe a decisão a partir dela. Com essas alternativas apresentadas, segue a escolha. Esta tem uma relação muito próxima com a deliberação. A escolha ocorre por racionalidade com o uso do intelecto, sem desconsiderar o princípio moral, a partir de um julgamento. O ciclo se fecha com a ação moral, movida pelo hábito, por princípios éticos e morais,

circunstâncias e determinações. “A ação também comporta a possibilidade de eventos novos, não previstos em seu processo de reflexão, assim como de acontecimentos que ultrapassam a sua finalidade.” (SCHIO, 2009, p. 84)

Uma ética com base no mito

Já vimos que a ética é um conceito estabelecido pela sociedade. Refere-se às nossas ações diante de outras pessoas. A palavra origina-se do grego *ethos* e refere-se a hábitos e costumes. Vimos também que os princípios éticos podem ser estabelecidos de forma histórica, cultural ou religiosa. O mito também tem origem grega (*mythos*) e está relacionado à linguagem e à narrativa mantidas por deuses, homens de destaques, técnicas adotadas e reverenciadas. “Os mitos são mais do que uma simples narrativa; são a maneira pela qual, através das palavras, os seres humanos organizam a realidade e a interpretam.” (CHAUI, 2002, p. 138) O mito tem seguidores e, por isso, consegue transformar as coisas tal como ele imagina ou estabelece, age e verbaliza. E a imaginação pode ter algumas categorias: reprodutora (reproduz percepções); evocada (torna as imagens e percepções presentes); irrealizadora (que muda o presente para ausente); fabulosa (que cria mitos e lendas imaginários).

Isso tudo pode ser visto em exemplos, como Getúlio Vargas, Elis Regina, Ayrton Senna, Pelé, Super-Homem, Homem Aranha, entre outros (EVANGELISTA, [s.d.]). O mito é importante para ajudar a desvendar mistérios, além de estimular a pesquisa. Como eles são acompanhados de rituais, as religiões, para não perder o poder sobre as sociedades, se aproveitavam deles, razão pela qual mantinham as tradições e o controle de dogmas.



Refleta

Sempre que falamos em mito voltamos para o que aprendemos na escola, durante nossa infância e adolescência, ou seja, os deuses da Grécia, de Roma, ou de figuras que se eternizaram, como super-heróis, pensadores, entre outros. E, hoje, continuam surgindo mitos? Onde eles estão? O que faz deles mitos? Podemos afirmar que o ex-goleiro do São Paulo que se tornou técnico é mesmo um mito? A realidade ou a verdade da vida contraria o mito?

Podemos dizer que a verdade é tudo aquilo que se relaciona à realidade. Porém, é possível afirmar que a realidade é unânime e que a verdade é irrefutável? Nietzsche (1844-1900) entende que a verdade é percebida de maneira diferente entre as pessoas, ou seja, o que é verdade para uns pode não ser para outros. Por isso, para ele, não há definição para a verdade, já que nem tudo o que é contrário à mentira pode ser considerado verdade.

A mentira também pode se distinguir em aceitável e inaceitável e depende do caráter e da moral de quem a utiliza. Marx relaciona a verdade à ideologia, entendendo que encarar um fato como verdadeiro ou não depende do contexto histórico social. Há ideias que surgem como universais, as quais são encaradas como verdades, sendo, portanto, ideologia.



Exemplificando

A partir da compreensão de verdades e mentiras, sendo elas aceitáveis ou inaceitáveis, analisamos agora a atitude filosófica e a atitude crítica para relacionarmos tais reflexões à ética. Atitude filosófica é aquela em que o indivíduo faz questionamentos inesperados aos comuns, porém com o objetivo de entender algo que esteja relacionado com o que é dito. Ou seja, quando, ao afirmar que alguém está sonhando, querendo dizer que está fora da realidade em alguma afirmação ou decisão, a pessoa queira saber o que é sonho. Ou, então, quando diz "onde há fumaça, há fogo" ou "quem sai na chuva é para se molhar", queira saber o que é causa ou efeito. Outro exemplo é, em vez de apontar maior e menor, melhor e pior, indagar sobre o que é quantidade ou qualidade. Para responder a esses questionamentos, o indivíduo estaria tendo uma atitude filosófica, estaria analisando a si mesmo, os outros e o mundo. Assim, ele não estaria aceitando as coisas como óbvias ou como evidentes. Uma atitude filosófica é aquela que considera outros fatores, outros ângulos de entendimento e outras possibilidades, partindo da essência de seu significado.

Quando se apresenta de forma positiva ou negativa, uma atitude filosófica recebe o nome de atitude crítica. A positiva ocorre quando se interroga o motivo das coisas e dos fatos, ou seja, a razão por que são de um jeito e não de outro. A negativa ocorre quando não se aceita o senso comum (aceito por todos sem questionamento) como verdades absolutas, ou seja, os *pré*-conceitos ou os *pré*-juízos. "A Filosofia começa dizendo não às crenças e aos

preconceitos do senso comum e, portanto, [...] que não sabemos o que imaginávamos saber” (CHAUI, 2002, p. 12). Com isso, podemos entender a afirmativa de Sócrates, o patrono da filosofia, de que a primeira e fundamental verdade filosófica é “Sei que nada sei”.

Todos esses conceitos de certo e errado, verdades e mentiras obtidos das reflexões filosóficas desembocam na ética. É ela que analisa tais conceitos e que encontra regras para as relações entre os indivíduos, com vistas a conseguir o equilíbrio, o respeito e a harmonia (EVANGELISTA, [s.d.]). Podemos entender a ação moral como a liberdade que se tem para, a partir de princípios filosóficos, seguir as regras da ética.

O mito fundamenta a ética, pois ele, em razão de sua representação narrativa, traz a origem do mundo e de tudo o que a ele se relaciona e também desenha o futuro da humanidade. Dessa forma, considerando-se a genealogia (origem do homem), os mitos são cosmogonias e teogonias. O entendimento de ambos pode começar pelo fim das palavras. *Gonia* significa geração humana, no sentido de ser gerado (parto). *Cosmos* é o mesmo que mundo em ordem, organizado. Dessa forma, podemos afirmar que cosmogonia é a descrição do surgimento do homem, seu nascimento a partir de sua gestação. A teogonia explica a origem dos deuses, ou seja, seus antepassados. A indagação que se faz é se a filosofia nasce como uma cosmologia, de uma transformação gradual dos mitos ou de uma ruptura radical com os mitos. Outro questionamento é se, com o passar do tempo, ela continua ou rompe com a cosmogonia ou a teogonia (CHAUI, 2002). Uma das respostas, que considerou a explicação científica da realidade do Ocidente, é que entre o século XIX e XX, quando se pensava muito positivamente sobre os poderes científicos e as capacidades técnicas do homem, a filosofia rompeu com os mitos. Outra resposta, fundamentada nos estudos de antropólogos e historiadores de meados do século XX, que enfatizaram a relevância dos mitos na organização social e cultural das sociedades, dá conta de que os gregos, crentes de seus mitos, defendiam que a filosofia teria surgido de forma gradual, dentro desses próprios mitos, racionalizada por eles.

Atualmente consideram-se as duas respostas exageradas e afirma-se que a Filosofia, percebendo as contradições



e limitações dos mitos, foi reformulando e racionalizando as narrativas míticas, transformando-as numa outra coisa, numa explicação inteiramente nova e diferente. (CHAUI, 2002, p. 31)

Assim, a autora apresenta três diferenças entre filosofia e mito. A primeira é que o propósito do mito era trazer as coisas para o presente, como ocorria em fábulas do passado. A filosofia, por sua vez, estaria focada em esclarecer as dúvidas do passado, presente e futuro, como forma de justificar como e por que são. A segunda diferença é que o mito trazia a narrativa da origem por meio de genealogias e rivalidades ou cooperação. E a filosofia focalizaria a explicação da criação das coisas por causas naturais e impessoais. "O mito falava em Urano, Ponto e Gaia; a Filosofia fala em céu, mar e terra." (CHAUI, 2002, p. 31). A terceira é que o mito não se preocupava com contradições ou fábulas, uma vez que estas pertenciam à narrativa mítica, tendo caráter de autoridade religiosa. Contrariamente, a filosofia não compactuaria com contradições, fábulas ou outras coisas incompreensíveis, defendendo uma explicação coerente, lógica e racional.

Sem medo de errar

Para analisar e responder o caso da mensagem pouco adequada da marca Halls ("Pegaria muito a namorada do meu amigo"), primeiro vamos considerar a frase "tudo na vida tem uma razão". Depois, lembremos que nossa razão precisa ser condizente com a do nosso público, aquele que nos ouve, que nos segue e que nos defende. Assim, para estudar a razão, vamos discutir a racionalidade, que representa o estado da razão, do que é racional. Quando pensamos e agimos de forma sensata, analisando todos os lados e considerando todas as possibilidades, assumindo riscos e entendendo nosso papel e nossa responsabilidade, podemos dizer que estamos agindo com a razão e que, portanto, estamos sendo racionais. A ação da Halls foi baseada no fenômeno das redes sociais e nos tipos de conteúdo, mas acabou não sendo objeto de questionamentos, como o faz a filosofia, tais como "o que é social?" ou "o que é sociedade?", naquele contexto. E, independentemente

do público ou do momento atual, em que as mensagens são despojadas e a fenomenologia tem forma e conteúdo mutáveis, não se deve violar a ética e a moral do público. Como vimos, a filosofia parte da confiança no pensamento e na razão como forma de conhecer a si mesmo e poder refletir a partir dessa existência. Crenças e preconceitos do senso comum não são considerados pela filosofia. Recorre-se à filosofia para uma indagação, uma inquietação, um espanto. Porém, é muito importante voltar-se para as questões filosóficas, a fim de responder a indagações que possam ajudar nas estratégias e nas tomadas de decisão. Se moral e ética fossem analisadas de maneira aprofundada, como sugere a filosofia, problemas como os enfrentados pela marca Halls seriam seguramente reduzidos.

Avançando na prática

O mito e a ética

Descrição da situação-problema

Em 2012, o Sport Clube do Recife apresentou uma campanha de doação de órgãos que sensibilizou não apenas seus torcedores mas também um grande público de dentro e até de fora do Brasil. O objetivo era obter doadores, por meio de uma carteirinha do clube e de um cadastro do torcedor. O resultado, segundo informou o marketing do clube, foi de que, em menos de três dias, mais de 900 torcedores já haviam aderido à campanha, cujo slogan era: “Pelo Sport tudo até depois da morte”. O time mostrou que a conquista de títulos é válida, mas que há outras necessidades que também podemos buscar, como um transplante de órgão. Para estimular o engajamento, a ação contemplou um vídeo com torcedores que estavam na fila de espera para doação do Instituto de Órgãos de Pernambuco. A criação foi da agência Ogilvy. O vídeo da campanha mostra casos reais de pessoas que doaram e de outras que foram beneficiadas com as doações. No vídeo indicado a seguir, produzido pela Ogilvy Brazil, pode-se conhecer a campanha: <https://www.youtube.com/watch?v=-8GfCAlWhBM>. Acesso em: 23 ago. 2017.

Esse caso pode ser analisado do ponto de vista da ética e do mito?

Resolução da situação-problema

A campanha de doação de órgãos do Sport Clube de Recife, desenvolvida pela agência de propaganda Ogilvy Brazil, trabalha os princípios éticos e morais, além de fomentar o respeito entre as pessoas, sem desviar o foco da paixão pelo futebol. Podemos considerar ainda a narrativa do mito, já que o time é adorado e seguido por milhares de pessoas. Isso vai ao encontro da afirmativa de que o mito fundamenta a ética e traz a origem do mundo e de tudo o que se relaciona a ele, além de desenhar o futuro da humanidade. Mostra ainda, como estudamos, que os mitos, realmente, consideram a genealogia, pois são cosmogonias e teogonias.

Faça valer a pena

1. Quando pensamos e agimos de forma sensata, analisando todos os lados e considerando todas as possibilidades, assumindo riscos e entendendo nosso papel e nossa responsabilidade, podemos dizer que estamos agindo com a razão e que, portanto, estamos sendo racionais. Quando abrimos mão de algo por pena, compaixão, por amor, agimos com o coração, de forma sentimental ou emocional, portanto. Ao conceituar racionalidade, precisamos estudá-la sob dois aspectos: filosófico e científico.

Como é possível diferenciar o filosófico do científico? Assinale a alternativa com a resposta correta.

- a) O agir de forma sensata, analisando todos os lados e todas as possibilidades, significa pensamento filosófico. O contrário, entendendo nossa responsabilidade, significa lidar com o científico.
- b) O filosófico tem o olhar voltado para o ser envolvendo o saber. A racionalidade científica busca compreender a lógica a partir de experimentos e seus resultados, ou seja, a razão da ciência.
- c) A filosofia se aprofunda na racionalidade para entender de onde originam-se as coisas do mundo. E a ciência foca nos princípios e no senso comum.
- d) O filosófico estuda a psicologia do indivíduo, e o científico está focado na vida psíquica dele e de sua sociedade, sendo ele parte do contexto.
- e) O aspecto filosófico está ligado à fenomenologia, que se origina de fenômeno; o científico se vale da descrição das estruturas da consciência.

2. Há filósofos que preferem desconsiderar a fenomenologia e enveredam pelos princípios hegelianos. É o caso dos criadores da Escola de Frankfurt ou da Teoria Crítica, Theodor Adorno, Herbert Marcuse e Max Horkheimer.

Mas eles, pela formação marxista, não defendem a posição de Hegel, no sentido de que a história e suas transformações são oriundas da própria razão sem considerar aspectos sociais, econômicos e políticos.

Chaui (2002) entende que a fenomenologia não questiona se uma ideia é causada pela vida em sociedade. Ela indaga o que é social e sociedade. O que isso significa? A seguir, indique V para as afirmativas verdadeiras e F para as falsas.

1. A racionalidade da ciência e/ou o pensamento científico só se enquadram na fenomenologia se valorizarem a investigação científica. ()
2. As respostas são o conteúdo da razão que dá sentido àquela realidade e são as significações ou essências. ()
3. A fenomenologia é contrária ao pensamento de Hegel por entender que formas e conteúdos são mutáveis, pois se ampliam com o tempo, mas não se transformam pelo tempo. ()
4. Os princípios fenomenológicos só foram considerados a partir do século XVI, quando a análise empírica passou a ser valorizada. ()
5. A fenomenologia é focada nos trabalhos acadêmicos e nas pesquisas de campo, de laboratórios e teóricas. ()

Agora, assinale a alternativa com a sequência correta de indicações:

- a) 1 = V; 2 = V; 3 = F; 4 = F; 5 = V.
- b) 1 = V; 2 = F; 3 = F; 4 = V; 5 = V.
- c) 1 = F; 2 = F; 3 = V; 4 = F; 5 = F.
- d) 1 = F; 2 = V; 3 = V; 4 = F; 5 = F.
- e) 1 = V; 2 = F; 3 = V; 4 = F; 5 = V.

3. Sócrates perseguia a conceituação das coisas do pensamento para levar à sua compreensão e ao seu valor. Somente a opinião não bastava, pois era superficial. Já o conceito não, pois tinha fundamento, era calcado no conhecimento, sendo assim, era intemporal e profundo, uma vez que focava em sua essência. Por exemplo, não bastava dizer que algo era belo, era preciso definir o que era a beleza. Ele percorria as localidades para fazer perguntas do tipo: “o que é felicidade?”, “o que é amizade?” etc. Com as respostas, buscava a definição e a essência. Quando as respostas eram opiniões, ele simplesmente desconfiava delas, pois não acreditava em respostas com base em dogmas.

Como se caracteriza o dogmatismo? Preencha os campos e complete o texto a seguir.

“O dogmatismo é como _____, ou seja, uma opinião já convencionalizada que não se questiona, _____. Um dogma é tido como uma _____, tal como acontece,

por exemplo, no nosso cotidiano.”

Assinale a alternativa que preenche as lacunas corretamente:

- a) uma doutrina / que simplesmente se aceita / verdade incontestável.
- b) uma norma / mas que não se obedece / realidade contestável.
- c) um percalço / que simplesmente se ignora / verdade discutível.
- d) uma doutrina / mas que não se obedece / verdade científica.
- e) um desafio / que se aceita com cautela / regra da vida.

Seção 4.2

O fim da lei de imprensa e o código de ética do jornalista e normas padrão da atividade publicitária

Diálogo aberto

No dia 3 de março de 2017, um *post* no Facebook gerou um grande problema para a jornalista de moda Lilian Pacce. Um dos funcionários de seu site, o também jornalista Jorge Wakabara, publicou um *post* em seu perfil pessoal do Facebook em que divulgava uma vaga sem remuneração para cobertura da edição do São Paulo Fashion Week daquele ano. Havia várias exigências profissionais, além de o candidato estar cursando Jornalismo, com especialização em moda e rádio e TV. O assunto gerou inúmeros comentários negativos, tendo sido veiculado depois na grande imprensa, como no caso do Estadão. Pacce usou sua própria rede social para se desculpar do ocorrido, como se vê na matéria intitulada “Polêmica envolvendo Lilian Pacce expõe problemas do jornalismo de moda” (segue link à frente). Veja o que ela escreveu:



Erramos. Antes de mais nada nos desculpamos.

Estou fora em uma viagem a trabalho e por isso demorei a me inteirar do conteúdo do *post* que gerou reclamações contra mim, o site e o autor, em cuja página pessoal o texto – infeliz – foi publicado. Ele mesmo percebeu o erro rapidamente e o retirou do ar em seguida. Tampouco o seu conteúdo é válido, pois não é nosso desejo, do autor, meu ou do site desvalorizar a profissão que escolhemos e que exercemos com paixão há tantos anos. Tenho orgulho de ter dado oportunidade para pessoas sem experiência nenhuma que se tornaram referência tanto no jornalismo quanto na moda: uma lista que vai de José Simão e Zeca Camargo a Aurea Calcavecchia, Renata Kalil e Sylvain Justum, para citar apenas alguns.

A todos que nos alertaram e se preocuparam conosco, agradeço a atenção, pois confiança e cobrança nos

**fazem querer melhorar, inclusive aprendendo com erros.
(O ESTADO DE S.PAULO, 2017, [s.p.])**

Podemos considerar essa falha como irreparável? Neste caso, houve violação do código de ética? Poderia ter havido pedido de direito de resposta?

Não pode faltar

Estamos ingressando agora na conceituação e na contextualização das questões legais e éticas que envolvem o profissional de comunicação, com maior ênfase para jornalistas e relações públicas. Nesta seção, vamos juntos discutir direito de resposta, válido tanto para jornalistas quanto para publicitários e RP, e finalizaremos com informações e análises dos códigos de ética.

Podemos entender que a democracia só se estabelece com a liberdade de informação e comunicação. E o poder, para ser exercido, precisa ter como objetivo a defesa do interesse público, ou seja, deve atender às necessidades das sociedades. É importante que a democracia seja inclusiva, a fim de que possa olhar para seu público e, assim, ter ações e informações transparentes e integralizadas. A imprensa deve representar o cidadão, atuando como um elo entre este e o poder público e, ao mesmo tempo, acompanhando e fiscalizando o desempenho do poder para que haja transparência nas ações e políticas públicas adequadas. “Portanto, não é saudável nem útil a imprensa que se contente com o papel de apoiar os que governam. Não é saudável, não é útil, nem mesmo imprensa ela é.” (BUCCI, 2013, p. 114) O jornalismo, na visão de Bucci (2013), só tem sentido se colocado a serviço do direito à informação, porém isso ainda precisa ser mais bem assimilado.

O jornalista, no entanto, também enfrenta problemas para conquistar seus direitos. Um deles é o direito de resposta, que ficou suprimido, juridicamente, de 2009, quando foi extinta a Lei de Imprensa, a 2011, quando, enfim, foi aprovado o Projeto de Lei nº 141, que restabelecia esse direito. Quatro anos depois o setor passou a ser regido pela Lei Ordinária nº 13.188/2015 (direito de resposta), a qual, com algumas críticas, visa favorecer a liberdade

de expressão. O professor e jornalista Gabriel Priolli (site Conversa Afiada, 2015) entende que veículos, fontes, entrevistados e público, todos, devem ser contemplados pela lei de forma equilibrada e sem privilégio. Segundo a secretária geral do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), Renata Mielli, em entrevista ao Portal Vermelho, antes de essa lei ser implementada, havia na legislação brasileira um vazio que representava a falta de prazo para o cumprimento do direito de resposta. Com a lei, o prazo máximo é de sessenta dias a partir da data de publicação da matéria ofensiva.



Assimile

O direito de resposta

Quando alguém se sentir ofendido por alguma publicação, tem o direito de pedir ao veículo que publique uma resposta do cidadão ou da empresa reclamante. Esse é um direito já garantido pela Constituição Federal (artigo 5º, inciso V). No entanto, como a Constituição não deixa claro quais seriam os casos específicos e de que maneira o direito de resposta deve ser exercido, surge uma lei específica para isso: Lei nº 13.188/2015. Em seu artigo 2º, ela estabelece que, ao se sentir ofendido por reportagem publicada em qualquer veículo de comunicação, o indivíduo ou pessoa jurídica pode mover uma ação, amparado por essa lei. Entretanto, para que ele tenha o direito, é preciso que seja lesado do seu direito, razão pela qual cada caso passa por uma análise.

A lei foi bastante contestada por profissionais, instituições representativas e veículos de comunicação, que chegaram a pedir a revisão de seu texto, o que não foi atendido. A principal queixa se referia ao prazo de 24 horas para que a resposta – ou, no caso de esta não ser divulgada, a justificativa – fosse publicada. Outra queixa é quanto à decisão judicial, ou seja, basta um juiz para conceder o direito de resposta, enquanto que, para reverter a decisão, é necessário um colegiado de juízes. A Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) se posicionou publicamente contrária à nova lei e divulgou nota pedindo que parte dela fosse vetada. Mais informações estão disponíveis no link: <http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,abraji-defende-vetos-a-lei-queregulamenta-direito-de-resposta,10000001585>. Acesso em: 15 ago. 2017.



Exemplificando

Em março de 2017, advogados do ex-presidente Lula pediram direito de resposta após uma reportagem do Jornal Nacional, da TV Globo, que fazia acusações sem ouvir o lado do político. A emissora concedeu o espaço para o direito de resposta, porém alegou, e mostrou documentos comprovando, que a assessoria de imprensa do ex-presidente tinha sido consultada, mas não respondera à reportagem. Esse é um exemplo prático de um direito de resposta no jornalismo televisivo. O vídeo, disponível pela Globo Play, apresenta o fato. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/jn-reage-a-advogados-de-lula-que-solicitaram-direito-de-resposta/4880139/>. Acesso em: 15 ago. 2017.

A participação da imprensa se sobressai, principalmente, em eventos históricos expressivos, desde a monarquia na França (entre os séculos XV e XVI), a Revolução Francesa (século XVIII), até a queda da bolsa de Nova Iorque (1929), entre outros. Seu papel é relevante na perspectiva histórica do mundo e na disseminação da informação, proporcionando um melhor entendimento do papel do poder público e das instituições em geral, tendo a responsabilidade de tornar públicos os processos e as ações por meio de uma construção narrativa que possa integrar os mais variados públicos de diferentes contextos ideológicos e também dialógicos.

No Brasil, a imprensa foi regulamentada em 1823 por meio de uma demanda do Executivo, o Imperador Dom Pedro I, sem mesmo passar pelo Poder Legislativo. A Assembleia Constituinte havia sido destituída pelo poder imperial, o Legislativo perdera seu poder decisório e a imprensa precisava de uma rédea naquele momento, já que por sua força sociopolítica já estava consolidada (MAGALHÃES, 2011). Entendia-se, dessa forma, que regulamentar a imprensa com normas estabelecidas pelo poder dominante poderia significar a redução do poder Legislativo. Não se pode afirmar, no entanto, que a regulamentação e sua adequação aos interesses do poder Executivo feriam os princípios éticos e jurídicos. Portanto, a primeira lei que regularia o papel da imprensa se constituía de três partes: 1ª preliminar: contemplava epígrafe, sumário, ementa e preâmbulo; 2ª normativa: representava o corpo, seu conteúdo organizado em parágrafos, incisos, artigos, itens etc. Essa parte era constituída de

46 artigos sem discriminação de parágrafos ou incisos; 3ª final: abordava os dispositivos de transição.

A segunda lei de imprensa brasileira data de setembro de 1967. Ela surgiu durante o regime militar como forma de cercear o trabalho jornalístico, com um conteúdo denso que previa prisões e multas contra profissionais de imprensa e veículos de comunicação. O objetivo era impedir a ofensa à moral pública e aos bons costumes, considerando uma ética estabelecida pelo regime. Assim, a lei regulava a liberdade de expressão e consolidava o regime autoritário, deixando explícitos as responsabilidades civil e criminal e o entendimento de que a liberdade de imprensa poderia gerar prejuízos ao patrimônio.



Pesquise mais

Entenda melhor a lei de imprensa, revogada em 2009, e tire suas próprias conclusões sobre sua necessidade ou não para o exercício da profissão de jornalista.

Acesse o link do Senado Federal com a íntegra do texto em: <https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/70324/660693.pdf?sequence=2>. Acesso em: 15 ago. 2017.

Depois de 42 anos, em 30 de abril de 2009, a lei foi extinta pelo Supremo Tribunal Federal (STF), que considerou que ela cerceava a liberdade dos instrumentos de comunicação, sendo contrária ao sistema democrático que se reinstalara havia mais de 20 anos. Se, de um lado, a lei prejudicava o trabalho dos jornalistas, de outro, os protegia contra atos de desagrado. Com seu fim, as ações que já tramitavam contra esses profissionais passariam a ser julgadas pelos Códigos Civil e Penal que vigoram para todos os cidadãos. Antes, os crimes de calúnia e difamação e injúria tinham penas de até três anos de prisão. Esses mesmos crimes, pelo Código Penal, têm punições que não ultrapassam dois anos. O fim da lei de imprensa resultou num volume expressivo de ações de acusados contra os jornalistas e as empresas de comunicação. É comum, atualmente, pessoas processarem esses órgãos ou seus profissionais por não autorizarem o uso de suas imagens ou por serem citados em ações ainda não julgadas, por exemplo. O que se observa, ao analisar as colocações de alguns jornalistas, é que a lei carecia de uma atualização e não de sua revogação. O que se sabe é que, com o fim da lei de imprensa,

a atividade jornalística ficou mais vulnerável a ações processuais, o que pode levar a um cerceamento da liberdade de imprensa, a qual, segundo Bucci (2013), é indiscutivelmente necessária para a prática do jornalismo, seja este bom ou ruim. “Desde que o governo, qualquer que seja ele, não atrapalhe o jornalismo, qualquer que seja ele, pode se dedicar a se aprimorar – e ele só melhora quando cumpre o seu dever de ser livre” (BUCCI, 2013, p. 121).



Refleta

O fim da lei de imprensa, em 2009, como se pode ver, gerou críticas e descontentamento por parte de jornalistas. Entretanto, o fato foi defendido por outras pessoas, como o professor de Direito Constitucional da Universidade Federal do Paraná (UFPR), Zulmar Fachin. A maior crítica é que, apesar de ter sido criada no regime militar, era voltada especificamente a jornalistas, havendo a defesa do trabalho desses profissionais. Sem a lei, a atividade jornalística torna-se vulnerável a ações processuais, cerceando a liberdade de imprensa. Considera-se também que o Brasil é um dos poucos países que não possui uma lei de imprensa. Para o professor de Zulmar Fachin, o fato de não existir mais uma lei de imprensa não significa que a liberdade esteja comprometida. A seu ver, a imprensa pode se manifestar de forma mais ampla, estando sua atividade assegurada pela Constituição Federal.

Você acredita que a atividade jornalística foi prejudicada com a revogação da lei de imprensa?

Códigos de ética

Define-se código de ética como um documento que estipula as diretrizes de atuação profissional no tocante às relações humanas. Levando-se em conta atitudes, posturas, escrita ou fala, estabelece regras morais de acordo com aquelas determinadas pela sociedade. O código tem a função de fixar normas para o devido comportamento das pessoas dentro de um grupo ou uma instituição. Em 2017, o código de ética dos jornalistas brasileiros completou 30 anos. Sua última atualização ocorreu em 2007. Nela houve a colaboração de 12 sindicatos, além de professores e jornalistas que encaminharam 290 sugestões à Federação Nacional de Jornalistas (Fenaj). Antes de ser finalizado, foi encaminhado aos sindicatos para se submeter a uma nova avaliação, sendo concluído a partir de votação no Congresso Extraordinário de Vitória/ES, naquele mesmo ano.

No seu primeiro capítulo – Do direito à informação –, o código refere-se ao direito do cidadão de ser informado e de ter acesso à informação. Esse direito é garantido pela Constituição Federal no seu artigo 5º, inciso IV, para o qual a manifestação do pensamento é livre, não sendo permitido o anonimato. Também não é permitida qualquer forma de censura de natureza política, ideológica e artística. Dessa forma, o código de ética jornalística, considerando que, segundo a Constituição, o acesso à informação para interesse público é um direito fundamental, não admite o impedimento de qualquer interesse. Assim, os meios de comunicação devem divulgar informação precisa e correta, independentemente da linha política constituída por seus responsáveis. A violação de tal postura pode acarretar denúncias à comissão de ética competente. Isso é o que conferem os artigos 1º, que trata do direito fundamental do cidadão à informação, e 2º, que destaca o direito dos jornalistas. Este segundo, por sua vez, divide-se em cinco incisos, o que determina a informação precisa e correta como um dever dos meios de comunicação; outro que, com os mesmos princípios, foca no interesse público; outro que discute a liberdade de imprensa como direito do exercício jornalístico; um quarto que ressalta a obrigação social da prestação de informações por instituições públicas e privadas; e o último que considera delitos contra a sociedade a aplicação da censura e a indução à autocensura.

O segundo capítulo trata da conduta profissional do jornalista e aborda ainda a questão da verdade no relato dos fatos, tendo isso como compromisso fundamental. No artigo 5º, o código estabelece que deve ser resguardado o sigilo da fonte. E o seguinte, dever do jornalista, se subdivide em 14 incisos, tratando de assuntos como direitos humanos, divulgação de informações de interesse público, luta pela liberdade de expressão, defesa do livre exercício da profissão, valorizando-a. Os demais incisos referem-se à(o): integridade das fontes, combate a qualquer forma de corrupção, respeito à intimidade e privacidade, direito autoral, defesa dos princípios constitucionais e legais, defesa dos direitos do cidadão, considerando as classes mais vulneráveis, respeito às entidades representativas e democráticas, denúncia às práticas de assédio de qualquer natureza, e, por último combate à prática de perseguição ou discriminação. O artigo 7º define o que o jornalista não pode fazer ou aceitar remuneração abaixo do piso salarial, impedir

manifestação de opiniões diferentes, expor pessoas ameaçadas ou sob risco, incitar a violência ou obter vantagem em nome da profissão e permitir que pessoas não habilitadas exerçam a função.

O Capítulo III trata da responsabilidade profissional do jornalista e estabelece desde a incumbência por toda a informação que divulga até os tipos de informações que não pode divulgar, entre as quais estão as de caráter mórbido e sensacionalista e as com o uso de identidades falsas, câmeras escondidas ou microfones ocultos, salvo quando isso atender a interesse público e esgotadas todas as demais possibilidades. Em outro artigo (12), o código define o que o jornalista deve fazer, como ouvir sempre antes de divulgar um fato, obter provas, tratar com respeito as pessoas mencionadas em suas reportagens, recusar-se a publicar imagens que deturpem a verdade, retificar informações que forem falsas ou inexatas, com defesa do direito de resposta, e ser solidário aos colegas que sofrerem perseguição ou agressão em consequência da atividade profissional.

No Capítulo IV, o código aborda as relações profissionais, relatando que o jornalista não deve executar tarefas que estejam em desacordo com os princípios éticos, mas que esse documento não pode servir como desculpa para se esquivar de suas funções. Outras determinações são quanto ao acúmulo de funções sem a devida remuneração, à prática de assédio moral ou sexual contra outro profissional e à criação de empecilho para a prática democrática. O Capítulo V, que finaliza os aspectos éticos, traz a aplicação do código de ética e suas disposições finais. Nele há aspectos ligados às transgressões ao documento. Há também recomendações sobre criação e competência de comissões de ética, que são órgãos independentes, cujos membros são eleitos por voto direto, secreto e universal.



Pesquise mais

Para pesquisar na íntegra o código de ética dos profissionais de jornalismo, acesse o link da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), disponível em: <http://fenaj.org.br/codigo-de-etica-dos-jornalistas-brasileiros-19852007/>. Acesso em: 15 ago. 2017.

A ética do profissional de relações públicas

O código de ética da atividade do profissional de relações públicas (RP), instituído pelo Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas (Conferp), estabelece ações e deveres relacionados à responsabilidade, relações com o empregador, com o cliente, com os colegas de profissão e com a Justiça. Contempla 38 artigos, divididos em 10 capítulos, quais sejam: Princípios; Das responsabilidades gerais; Das relações com o empregador; Das relações com os clientes; Dos honorários profissionais; Das relações com os colegas; Das relações com entidades de classe; Das relações com a justiça; Do sigilo profissional; Das relações políticas e do exercício de *lobby*; Da observância, aplicação e vigência do código de ética.

Entre os princípios, o código prevê que o trabalho do RP se baseia na Declaração Universal dos Direitos do Homem e também que ele deve empenhar-se para criar estruturas e canais de comunicação que promovam o diálogo e a livre circulação de informações. É vedado a ele o uso de método que possa privar a pessoa de seu livre arbítrio. Além disso, não pode desviar o atendimento feito em organizações para lucro próprio. No tocante às relações com empregados, o RP deve levar em conta os objetivos, a filosofia e os padrões gerais. Em relação aos clientes, o documento define os tipos, que podem ser pessoa, entidade ou organização, sendo profissional liberal ou empresa de relações públicas. É vedado, ainda, ao RP o atendimento a clientes concorrentes sem a prévia autorização das partes atendidas.

Quanto aos honorários, devem ser fixados antecipadamente ao trabalho desenvolvido e considerar dificuldade, complexidade, relevância, impedimento de exercer outros trabalhos, condições de reajuste, caráter social da atividade, entre outros. Das relações com os colegas, não é ético atender cliente de outro profissional da área, salvo em situações em que o próprio colega peça para fazê-lo. É ético também apoiar iniciativas e movimentos de defesa dos interesses da classe e participar de instituições, associando-se espontaneamente ou por força de lei, efetuando o pagamento de taxas legalmente estabelecidas. O sigilo profissional integra outro capítulo do código de ética de RP e trata de assuntos que possam ser lesivos aos clientes ou empregadores. A quebra de sigilo só será aceita, do

ponto de vista ético, quando houver fato delituoso, previsto em lei, ou outras consequências relacionadas. No que tange às relações políticas e do exercício de *lobby*, deve o profissional defender a livre manifestação do pensamento, a democratização e a popularização das informações, bem como o aprimoramento de novas técnicas de debates. Não deve se utilizar de métodos ou processos escusos. Por último, no capítulo sobre observância, aplicação e vigência do código, cabe ao profissional cumprir e fazer cumprir o estabelecido no documento, entre outras atribuições relativas à sua aplicabilidade.



Pesquise mais

Para conhecer melhor o código de ética de RP, veja no link do sindicato dos profissionais de Relações Públicas a íntegra do texto: http://www.sinprorp.org.br/Codigo_de_etica/001.htm. Acesso em: 15 ago. 2017.

Sem medo de errar

O caso relativo à postagem de um jornalista do site de moda Lilian Pacce, que divulgava uma vaga de jornalista (estudante) sem remuneração no Facebook e que gerou repercussão negativa, pode ser considerado uma falha de gestão, mas não se pode afirmar ser irreparável, já que a própria responsável (Lilian Pacce) se retratou publicamente na mesma rede social, três dias após o ocorrido. É evidente que causa danos, pois o caso será sempre lembrado, sobretudo em outros eventos semelhantes, mas nada que não possa ser superado.

Entretanto, independentemente de reparação, o caso fere o código de ética jornalística, sobretudo em seu artigo 7º, que estabelece que o jornalista não pode fazer ou aceitar remuneração abaixo do piso salarial.

Quanto à outra questão colocada, neste caso não cabe direito de resposta, porque não houve ofensa direta a uma pessoa física ou jurídica. O direito de resposta ocorre quando alguém que se sentiu ofendido com alguma publicação – jornalística ou não – quer ter um espaço para se defender. Trata-se de um direito já garantido pela Constituição Federal, no seu artigo 5º, mas que foi regulamentado para se adequar ao jornalismo, tendo sido instituída, com isso, a Lei nº 13.188/2015. O artigo 2º deixa claro que, quando uma pessoa

se sentir ofendida depois da publicação de uma reportagem em qualquer veículo de comunicação, ela pode mover uma ação de pedido de direito de resposta. Mas, para ter esse direito, o caso passa por uma análise jurídica. Sendo o pedido acatado, o veículo deve oferecer o espaço de resposta num prazo de 24 horas.

Avançando na prática

Falha na identificação do público

Descrição da situação-problema

Uma falha em peça publicitária do título de capitalização Tele Sena, em março de 2012, provocou a proibição de sua veiculação. Como se pode ver no site da Exame, em reportagem intitulada “7 fracassos de marketing embaraçosos em 2012”, o comercial utilizou a banda Restart, voltada ao público infantojuvenil, para divulgar o produto do Grupo Silvio Santos. A falha estaria na definição equivocada do público, segundo apontou a revista, já que títulos de capitalização, como é o caso, conforme estabelece a lei, só podem ser adquiridos por pessoas com idade acima de 16 anos. Os participantes ainda concorriam a brindes, como figurinhas colecionáveis da Restart e até a uma viagem a Orlando, nos Estados Unidos. Conclusão: o comercial foi proibido pelo Conar. A quem pode ser atribuída a responsabilidade por essa falha? É possível afirmar que houve violação do código de ética? Segue o link com a reportagem: <http://exame.abril.com.br/marketing/7-fracassos-de-marketing-vergonhosos-de-2012/>. Acesso em: 15 ago. 2017.

Resolução da situação-problema

A responsabilidade sobre um caso como esse cabe a várias áreas, tanto ao responsável pela comunicação da empresa, ou seja, o diretor ou presidente, quanto aos setores de marketing, publicidade e relações públicas, de dentro da companhia e/ou de agência contratada. Do ponto de vista de comunicação, podemos afirmar que houve falha no planejamento. Quanto ao código de ética e legislação, não há muita clareza nesse sentido propriamente, mas pode-se afirmar que houve falta de ética ao se vender ao produto a um público que não pode comprá-lo. Ou seja, não é ético divulgar algo interessante, com possibilidades

de prêmios, ainda mais tentadores, para pessoas que não estão autorizadas a adquirir.

Faça valer a pena

1. A democracia só se estabelece com a liberdade de informação e comunicação. E o poder, para ser exercido, precisa ter como objetivo a defesa do interesse público, ou seja, deve atender às necessidades das sociedades. É importante que a democracia seja inclusiva, a fim de que possa olhar para seu público e, assim, ter ações e informações transparentes e integralizadas.

Sendo o jornalismo um instrumento importante para o direito à informação pelo cidadão, qual é o papel da imprensa?

a) A imprensa deve representar o cidadão nos compromissos assumidos por ele com o Estado. Deve acompanhar e fiscalizar suas atividades para reportá-las ao setor público, de forma que facilite sua procura pelos órgãos do governo.

b) A imprensa deve representar o cidadão para que este seja um elo entre a imprensa e o poder público. Ao mesmo tempo, deve acompanhar e fiscalizar aquele indivíduo em suas atividades relacionadas ao serviço público.

c) A imprensa deve representar o cidadão para ajudá-lo a resolver os problemas de imposto de renda e outros impostos, cujas dúvidas, quando direcionadas aos setores públicos, acabam demorando muito tempo para serem sanadas.

d) A imprensa deve representar o cidadão, atuando como um elo entre ele e o poder público e, ao mesmo tempo, acompanhando e fiscalizando o desempenho do poder para que haja transparência nas ações e políticas públicas adequadas.

e) A imprensa deve representar o cidadão junto ao governo e às autoridades políticas, munindo-o de recursos para que ele mesmo possa cobrar ações de políticas públicas diretamente das instâncias de governo.

2. O direito de resposta manteve-se suprimido, juridicamente, de 2009, quando foi extinta a Lei de Imprensa, até 2011, quando, enfim, foi aprovado o Projeto de Lei nº 141, que restabelecia esse direito. Quatro anos depois, o setor passou a ser regido pela Lei Ordinária nº 13.188/2015 (direito de resposta), que, com algumas críticas, visava favorecer a liberdade de expressão. O professor e jornalista Gabriel Priolli (2015), entende que veículos, fontes, entrevistados e público, todos, devem ser contemplados pela lei de forma equilibrada e sem privilégio, disponível em: <https://>

www.conversaafiada.com.br/brasil/direito-de-resposta-nao-e-ataque-e-conquista-do-jornalismo. Acesso em: 28 nov. 2017. Segundo a secretária geral do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), Renata Mielli, em entrevista ao Portal Vermelho, antes de essa lei ser implementada, havia na legislação brasileira um vazio que representava a falta de prazo para o cumprimento do direito de resposta. Com a lei, o prazo máximo é de sessenta dias a partir da data de publicação da matéria ofensiva.

Indique V para as afirmações verdadeiras ou F para as falsas no que diz respeito ao que representa o direito de resposta.

1. É um direito já garantido pela Constituição Federal (artigo 5º, inciso V).
2. A lei agradou em cheio aos profissionais, instituições representativas e veículos de comunicação, os quais foram unânimes em concordar com ela. ()
3. Quando alguém se sentir ofendido por alguma publicação, tem o direito de pedir ao veículo que publique uma resposta do cidadão ou da empresa reclamantes. ()
4. A nova lei, nº 13.188/2015, surgiu para preencher uma lacuna deixada pela Constituição Federal, que não deixa claro em quais casos o direito de resposta deve ser exercido. ()
5. Uma das instituições a declarar apoio incondicional à lei de direito de resposta foi a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji). ()
6. Para que o cidadão usufrua da lei, é preciso que seja lesado do seu direito, razão pela qual cada caso passa por uma análise. ()

Agora, assinale a alternativa com a sequência de associação correta:

- a) 1 – F; 2 – F; 3 – V; 4 – V; 5 – F; 6 – F.
- b) 1 – F; 2 – V; 3 – V; 4 – F; 5 – F; 6 – V.
- c) 1 – V; 2 – F; 3 – V; 4 – V; 5 – F; 6 – V.
- d) 1 – V; 2 – V; 3 – V; 4 – F; 5 – F; 6 – F.
- e) 1 – F; 2 – V; 3 – F; 4 – V; 5 – F; 6 – V.

3. A segunda Lei de Imprensa brasileira data de setembro de 1967. Ela surgiu durante o regime militar como forma de cercear o trabalho jornalístico, com um conteúdo denso que previa prisões e multas contra profissionais de imprensa e veículos de comunicação. O objetivo era impedir a ofensa à moral pública e aos bons costumes, considerando uma ética estabelecida pelo regime. Assim, a lei regulava a liberdade de expressão e consolidava o regime autoritário, deixando explícitos as responsabilidades civil e criminal e o entendimento de que a liberdade de imprensa poderia gerar prejuízos ao patrimônio.

Em abril de 2009, a lei de imprensa foi revogada pelo Supremo Tribunal

Federal. O que levou o Tribunal a decidir por sua extinção? Assinale a alternativa correta.

- a) Mudança no tratamento dos crimes, pois a lei contemplava crimes de calúnia e difamação e injúria e tinha penas de até três anos de prisão. Pelo Código Penal, as punições não ultrapassam dois anos.
- b) O motivo é que a lei prejudicava o trabalho dos jornalistas, por ser ultrapassada, e já não os protegia mais contra atos de desagrado, deixando-os à mercê da justiça comum, o que dificultava e prolongava demais os processos.
- c) A lei foi revogada porque, segundo o entendimento de alguns jornalistas, ela precisava de atualização, pois tornou-se bastante comum as pessoas processarem profissionais e veículos de comunicação.
- d) Havia muitas queixas dos jornalistas e descontentamento sobre o funcionamento da lei de imprensa brasileira, já que ela havia sido instituída em um período bastante conturbado, que foi a época do regime militar.
- e) Como ela foi instituída no regime militar, os magistrados entenderam que cerceava a liberdade dos instrumentos de comunicação, sendo contrária ao sistema democrático.

Seção 4.3

Aspectos jurídicos de marketing. Código de Defesa do Consumidor e código de ética da propaganda

Diálogo aberto

Esporte combina com bebida alcóolica? Por entender que não, alguns consumidores levaram ao Conar reclamações contra a peça publicitária da Skol, cuja mensagem era de que a bebida da marca combinava com atletas não oficiais. Como se vê no vídeo “Skol Ultra - A cerveja oficial dos atletas não oficiais!”, veiculado em novembro de 2015, o comercial, cuja campanha é da agência Wieden + Kennedy, mostra pessoas fazendo exercícios físicos de várias modalidades, tendo como trilha sonora a música Feeling Good, de Nina Simone e, ao final, aparecem todos felizes consumindo a cerveja. Numa primeira decisão, depois de avaliar o caso, o Conar decidiu, por unanimidade, pedir a retirada do comercial do ar por entender que não deveria haver associação entre consumo de bebida alcóolica e esporte. Mas o caso não foi encerrado aí. Em outro julgamento, um mês depois, depois de um novo recurso apresentado, o Conselho voltou atrás e optou por liberar a peça publicitária da Skol Ultra, aplicando apenas uma advertência. Antes a penalidade era de sustação. Nessa segunda análise, o Conar entendeu que bastaria uma advertência para que se tivesse cautela em associar bebida alcóolica com esporte e, por isso, liberou a veiculação do comercial.

Como podemos analisar esse caso considerando o código de ética dos profissionais de publicidade e o Conselho de Ética do setor?

O vídeo mencionado traz uma peça publicitária da campanha “Skol Ultra - A cerveja oficial dos atletas não oficiais!”, tendo sido produzido pela Dri Brunelli, com veiculação em outubro de 2015. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=RMC5eLPWDNQ>. Acesso em: 29 ago. 2017.

Não pode faltar

É com prazer que convidamos você para ingressar conosco nesta última seção da disciplina de Legislação e Ética na Comunicação. Nela estudaremos o desempenho do marketing e da publicidade na perspectiva jurídica. Quando estudamos o marketing, notamos sua enorme abrangência, que se inicia na concepção de uma ideia, caminha depois para seu planejamento, a criação de marca, viabilidades financeira e de divulgação e segue daí em diante. É possível que o direito também tenha essa amplitude, dadas suas ramificações quase infinitas. O fato é que, juntos, marketing e direito interagem e se completam em seus objetivos: um tem o olhar focado em produto, serviço, marca, públicos; e o outro, na legislação que envolve decisões, atitudes, processos e riscos. O jurídico age sobre o marketing como uma força que alerta sobre riscos e cuidados e, caso a ordem estabelecida pelo direito seja desrespeitada, como um instrumento que penaliza. Uma semelhança relevante entre marketing e direito são as relações humanas, que representam o pilar de ambos.

E é aí que reside o maior desafio para os dois lados: relacionamento. Como lembra Bauman (2011), parafraseando Sigmund Freud, amar ao próximo como se ama a si mesmo é um dos princípios mais importantes da vida civilizada e também de preceitos éticos. Nesse sentido, o desafio torna-se ainda maior, afinal, como amar ao próximo como a si mesmo quando esse próximo é seu concorrente? Nesse sentido, ele insurge com duas questões: a primeira é “por que eu deveria fazer isso?” e a segunda, “que bem isso me fará?” (BAUMAN, 2011, p. 37). No entanto, como afirma o próprio autor, aceitar o preceito de amar ao próximo é o princípio da humanidade. E como conviver com posicionamentos tão antagônicos? O direito, por meio de regras, normas e leis pode ajudar na resposta.

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) é um instrumento fundamental para essa convivência entre público e produto, público e marca, público e serviço. Ele estabelece direitos e deveres que possibilitam a relação de consumo e se sustenta pelo direito tradicional. O CDC impõe regras para atividades do marketing, colocadas em seu artigo 30: “Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou

apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado” (CDC, Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990)¹.

Outro aspecto jurídico que tem implicação no marketing é a política de defesa da concorrência (política antitruste). Com o aumento da concorrência, que se verifica no Brasil desde os anos 1970, surge, a partir da década seguinte, a necessidade de instituir uma forma de direito que impedisse a concorrência desleal. O aumento do consumo provoca, logicamente, o crescimento da demanda, razão pela qual a oferta não pode nem consegue ficar nas mãos de um único fornecedor. Daí se compreende a necessidade da livre concorrência, cujo princípio surgiu do Decreto-Lei nº 869/1938. Na Constituição Federal, o princípio da livre concorrência consta do artigo 170, inciso IV, e parte do princípio de que quem vence a concorrência não precisa ser somente quem possui maior poder econômico. Com uma disputa sadia, todos os lados podem ganhar e, com os preços mais acessíveis, todos vendem e todos lucram. E isso é o que proporciona a livre concorrência. Sendo assim, o CDC corrobora esse princípio por tornar a relação produtor e fornecedor com o consumidor mais equilibrada e transparente.



Assimile

O Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade), em sua página web, define que:



O princípio da livre concorrência está previsto no artigo 170, inciso IV da Constituição Federal e baseia-se no pressuposto de que a concorrência não pode ser restringida por agentes econômicos com poder de mercado.

Em um mercado em que há concorrência entre os produtores de um bem ou serviço, os preços praticados tendem a manter-se nos menores níveis possíveis e as empresas precisam buscar constantemente formas de se tornarem mais eficientes para que possam aumentar os seus lucros.

¹ Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm. Acesso em: 10 set. 2017.

À medida que tais ganhos de eficiência são conquistados e difundidos entre os produtores, ocorre uma readequação dos preços, que beneficia o consumidor. Assim, a livre concorrência garante, de um lado, os menores preços para os consumidores e, de outro, o estímulo à criatividade e à inovação das empresas. (CADE, 2016, s.p.)

Código de Defesa do Consumidor (CDC)

O CDC foi amplamente estudado e discutido durante a década de 1980 e, sobretudo, na Constituinte. Mas foi em 11 de setembro de 1990, quase um ano depois de promulgada a Constituição Federal, que o Código passou a valer, por meio da Lei nº 8.078. Ele foi estruturado a partir de alguns princípios, como:

- Do direito do consumidor: refere-se à dignidade da pessoa humana e à assistência dos seus interesses.
- Da proteção: trata do compromisso do Estado em proteger o consumidor, devido ao papel que exerce, de amparo e guarda de suas necessidades, como forma de equilibrar as relações entre ambos.
- Da transparência: orienta sobre a boa-fé objetiva, cabendo ao produtor/fornecedor dispor de todas as informações relevantes ao consumo correto, além de garantir a livre escolha por parte do consumidor.
- Da vulnerabilidade: considera a fragilidade do consumidor na relação com o produtor/fornecedor, tanto no aspecto técnico quanto jurídico, fático, socioeconômico e informacional.
- Da boa-fé objetiva: relaciona-se ao equilíbrio entre os lados e a regra de conduta de ambos, imprimindo lealdade, honestidade e cooperação.
- Da informação: parte do pressuposto de que ao poder político ou econômico cabe o dever de informar e orientar corretamente sobre qualidade, produto e preço, assim como os riscos inerentes ao produto.

- Da facilitação de defesa (ou da segurança): garante ao consumidor caminhos, recursos e processos facilitados para a busca e a defesa de seus direitos. Isso é possível pela inversão do ônus da prova, ou seja, em vez do cidadão, é a empresa que precisa provar estar certa.

- Da revisão das cláusulas contratuais: estabelece que o consumidor é quem pode mudar as cláusulas dos contratos firmados e refere-se, por exemplo, aos casos de devolução de mercadorias, de alteração na forma de pagamento, entre outros.

- Da conservação dos contratos: garante ao consumidor o direito de revisão ou modificação do que havia sido acordado, caso ocorra algum fato inusitado, como inadimplência, ônus a qualquer uma das partes ou outros.

- Da solidariedade: trata de outra defesa processual, quando o ofensor responde de forma solidária pela reparação dos danos.

- Da igualdade: refere-se à proteção ao consumidor, colocando-o em condição de igualdade na efetivação das negociações com os detentores do poder.

Código de ética da propaganda e sua legislação

Esse documento, publicado em outubro de 1957, com última atualização em maio de 2017, traz, de início, cinco pressupostos éticos para a atividade profissional de publicidade e propaganda. O primeiro define a propaganda como a técnica de criar opinião pública em favorecimento a um produto, serviço, instituição ou ideia, com o objetivo de nortear a ação humana para aquele determinado sentido. O segundo estabelece que o profissional de propaganda se compromete a utilizar sua técnica apenas e tão somente para campanhas de bons produtos, bons serviços, boas instituições e ideias sadias. O terceiro referencia o publicitário como alguém que jamais deverá induzir o cidadão ao erro nem fará uso da inverdade, da desonestidade e do vício. O quarto pressuposto trata do dever de honestidade no serviço tanto ao profissional quanto à sociedade. O quinto e último chama a atenção para sua conduta junto aos colegas.

Na sequência, o código de ética apresenta-se em três capítulos: I Definições; II Normas; e III Recomendações. O primeiro conceitua o profissional de propaganda, o anunciante, a sociedade envolvida e o

público final. Define agência e veículos de propaganda, veículos de informação e também quem são os representantes. Trata ainda de publicidade remunerada e comissão. O segundo capítulo apresenta as normas, como as de pagamento de comissão, tabela de preços, do direito a dar ou não crédito a agências, tipos de comissão, de cobrança, faturamento dos veículos, direito sobre as ideias, crédito a fontes, plágio, conhecimento e entendimento da legislação, entre outros. O capítulo Recomendações faz suas sugestões sobre como deve agir o profissional, seu comprometimento com o código de ética, com o público, com as ideias, com sua abrangência por todo o país e, por fim, recomenda que as associações da área se preocupem com a criação de comissão de ética para nortear as ações com base nos princípios do código.



Pesquise mais

Além dos capítulos que tratam de definições, normas e recomendações, o código de ética estabelece cinco princípios para a atividade do profissional de publicidade e propaganda, conforme segue:

I - A Propaganda é a técnica de criar opinião pública favorável a um determinado produto, serviço, instituição ou ideia, visando a orientar o comportamento humano das massas num determinado sentido.

II - O profissional da propaganda, cômico do poder que a aplicação de sua técnica lhe põe nas mãos, compromete-se a não utilizá-la senão em campanhas que visam ao maior consumo dos bons produtos, a maior utilização dos bons serviços, ao progresso das boas instituições e a difusão de ideias sadias.

III - O profissional da propaganda, para atingir aqueles fins, jamais induzirá o povo ao erro; jamais lançará mão da inverdade; jamais disseminará a desonestidade e o vício.

IV - No desempenho do seu mister, o profissional da propaganda agirá sempre com honestidade e devotamento com seus comitentes, de modo a bem



servir a eles e à sociedade.

V - Nas relações entre os seus colegas, o profissional de propaganda pautará sua conduta pela estreita observância das definições, normas e recomendações relativas à ética da profissão, restringindo sua atividade profissional ao setor da sua escolha, assim elevando, pelo respeito mútuo, pela lealdade e pela nobreza da atitude, o nível da sua profissão no País.

Veja o conteúdo completo do código de ética, publicado pela Secretaria de Comunicação do governo federal, no link a seguir: <http://www.secom.gov.br/acesso-a-informacao/legislacao/arquivo-de-outros-documentos/codigo-de-etica-profissionais-da-propaganda.pdf/view>. Acesso em: 29 ago. 2017.

Conselho de Autorregulamentação Publicitária (Conar)

No final dos anos 1970, enquanto o governo militar planejava sancionar uma lei que controlaria a propaganda, o setor já se antecipava em criar o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária (CBAP). É possível que, não fosse isso, o mercado da propaganda vivesse situação semelhante a que viveu o jornalismo, em que toda e qualquer veiculação só poderia ocorrer depois de passar pelo crivo do poder do Estado e sua aprovação. Para discutir e legitimar o tal código, foi instituído o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar), que surge na forma de uma organização não governamental, seguindo a um modelo inglês, trazido ao Brasil por alguns publicitários. Segundo a própria instituição em seu site, desde sua criação, até meados de 2017, foram instaurados mais de nove mil processos relacionados à ética. O código, então, surge para proteger a publicidade contra os riscos da falta de liberdade e, ao mesmo tempo, ajudá-la a ter um autocontrole em relação aos princípios éticos da área.

A responsabilidade pela redação do código, como explica o Conar, foi de Mauro Salles e Caio Domingues. Também houve a participação de Petrônio Correa, Luiz Fernando Furquim de Campos e Dionísio Poli, que representavam as agências, os anunciantes e os veículos de comunicação, respectivamente, junto

ao governo. Eles foram importantes articuladores para impedir que o projeto de censura prévia fosse considerado. Com isso, de lá para cá, a propaganda, para ser veiculada, sempre se pautou nas recomendações do código.



Assimile

Para a ética na publicidade, o CBAP estabelece alguns princípios, como honestidade, sinceridade e respeito às leis brasileiras; senso de responsabilidade; respeito à cadeia de produção para o consumidor; lealdade na concorrência; e zelo pela constante confiança do público. É necessário equilibrar esses preceitos com autonomia nas relações entre a publicidade e seus públicos.

O Conar recebe denúncias de consumidores, de agências ou de anunciantes quando algumas das partes sentem que os pressupostos éticos estão sendo afetados por meio das peças apresentadas. Quando isso ocorre, o conselho se reúne para avaliar e julgar o caso, tendo o acusado o direito de defesa. Havendo procedência, o órgão recomenda a suspensão da campanha ou da peça publicitária. Dependendo da gravidade do caso, entendida pelo conselho, o anunciante e/ou a agência podem sofrer advertência. Como, geralmente, os casos analisados vão para a mídia, agências e marcas ficam expostas e pesam muito negativamente perante o público. O conselho tem representação em cinco capitais brasileiras – São Paulo (sede), Rio de Janeiro, Brasília, Porto Alegre e Recife – e possui 180 conselheiros que exercem trabalho voluntário, entre os quais há integrantes do mercado publicitário e representantes da sociedade civil.



Exemplificando

Dentre os milhares de casos analisados pelo Conar, podemos utilizar dois exemplos. O primeiro aconteceu em 2014: a Diletto, de sorvetes picolés gourmet, passou a divulgar em comerciais e no site da empresa que seus produtos eram feitos de neve e originários do extremo norte da Itália desde 1922. E mais: que nasceram das mãos do avô do fundador da marca, o qual abandonou o negócio por conta da Segunda Guerra Mundial, quando a família deixou o país rumo a São Paulo. Verificou-se, posteriormente, que a informação não era verdadeira. Uma consumidora fez a denúncia ao Conar. Porém, o órgão apenas recomendou que a

informação de sua origem fosse mais bem explicada. As campanhas foram produzidas por agências renomadas, em acordo com os donos das marcas.



Refleta

Como vimos, o segmento de publicidade e propaganda possui três frentes relacionadas à ética. A primeira é o Código de Ética da área, que foi instituído em 1957; a segunda é o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária (CBAP; e a terceira é o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar). Por que é necessário haver os três? Qual a diferença entre eles?

Sem medo de errar

Vamos, primeiro, analisar, com base no Código de Ética profissional, o caso da campanha publicitária da Skol, na qual um de seus comerciais (que foi suspenso, mas depois liberado após um mês com apenas advertência) mostra atletas treinando e, depois, consumindo cerveja. Considerando o primeiro princípio do código, de que a propaganda é a técnica de criar opinião pública favorável a um determinado produto para orientar o comportamento humano das massas para um sentido, pode-se dizer que não houve violação. Porém, no segundo princípio, nota-se que a ética foi, de certa forma, afetada. Ele determina que o profissional deve utilizar a propaganda para o maior consumo dos bons produtos e a difusão de ideias saudáveis. Bebida alcoólica não é considerada um bom produto. Além disso, unir bebida com esporte também não pode ser considerado uma ideia saudável. No terceiro item dos princípios, o código determina que o publicitário jamais deverá lançar mão da inverdade nem disseminar a desonestidade e o vício.

Em relação ao Conar, como se trata de um conselho formado por pessoas dos segmentos ligados à propaganda, se a maioria entender que, pelo seu regulamento, o comercial não causa dano ao público, não estará violando a ética. Vimos que o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária surgiu para dar liberdade de expressão à publicidade e protegê-la contra os riscos a

essa liberdade e também para controlar as ações, como campanhas e peças publicitárias, para que estejam sempre norteadas pela ética.

Avançando na prática

Nokia assume que errou em peça publicitária

Descrição da situação-problema

A Nokia Lumia, cujo ponto alto de suas mensagens publicitárias era a qualidade tecnológica de sua câmera *pure view*, lançou um vídeo de campanha divulgando seu novo produto, um smartphone que continha máquina fotográfica de qualidade profissional. O filme traz um rapaz fotografando sua namorada em vários lugares por onde passavam. A peça seria perfeita não fosse o reflexo em um trailer, aos 27 segundos do vídeo, que mostra uma câmera profissional gravando a cena. Constrangida, a anunciante confessou ter havido fraude nessa e em outras peças da campanha.

O caso ocorreu nos Estados Unidos. Se fosse no Brasil, como você entende que agiria o Conar?

Segue o vídeo do comercial da Nokia Lumia Pure View, produzido pela Tech Tantrik: <https://www.youtube.com/watch?v=UuX9TVEDbos>. Acesso em: 30 jul. 2017.

Resolução da situação-problema

Se a falha do comercial da Nokia Lumia tivesse ocorrido no Brasil, o Conar, depois de receber denúncia, que pode ser do público, de outros anunciantes, como concorrentes, por exemplo, discute o assunto entre os conselheiros, com base no código de ética do setor. A decisão final certamente seria a de suspender a veiculação do filme, já que ele fere preceitos éticos destacados no código, entre os quais o de faltar com a verdade perante o público.

Faça valer a pena

1. O estudo do marketing se inicia na concepção de uma ideia, caminhando depois para seu planejamento, criação de marca, viabilidade financeira, de divulgação, e assim por diante. É possível que o direito também tenha essa amplitude, dadas suas ramificações quase infinitas. O fato é que, juntos, marketing e direito interagem e se completam em seus objetivos: um

tem o olhar focado em produto, serviço, marca, públicos; e o outro, na legislação que envolve decisões, atitudes, processos e riscos.

Considerando essa forma de agir do marketing e sua relação próxima com o direito, como o jurídico age sobre o marketing?

- a) Marketing e direito se assemelham apenas quando se tratam das relações humanas, que representam o pilar de ambos.
- b) O jurídico age sobre o marketing a partir do princípio da humanidade, ajudando a desvendar mistérios e paradigmas próprios dos indivíduos.
- c) Ambos podem ser tratados da mesma forma, pois possuem riscos, deveres e obrigações inerentes ao comportamento do público.
- d) O jurídico age sobre o marketing como uma força que alerta sobre riscos e cuidados e, caso a ordem estabelecida pelo direito seja desrespeitada, como um instrumento que penaliza.
- e) O jurídico age sobre o marketing por meio do Código de Defesa do Consumidor, que estabelece direitos e deveres que devem ter as empresas anunciantes.

2. O Código de Defesa do Consumidor (CDC) é um instrumento fundamental para a convivência entre público e produto, público e marca, público e serviço. Ele estabelece direitos e deveres que possibilitam a relação de consumo e se sustenta pelo direito tradicional. O CDC impõe regras para atividades do marketing, colocadas em seu artigo 30:



Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado. (CDC, Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990)

Relacione os cinco primeiros princípios do Código de Defesa do Consumidor (CDC) com suas definições.

Princípios	Definições
1 - Do direito do consumidor	I - relaciona-se ao equilíbrio entre os lados e a regra de conduta de ambos, imprimindo lealdade, honestidade e cooperação.
2 - Da proteção	II - refere-se à dignidade da pessoa humana e à assistência dos seus interesses.
3 - Da transparência	III - considera a fragilidade do consumidor na relação com o produtor/fornecedor, tanto no aspecto técnico quanto jurídico, fático, socioeconômico e informacional.
4- Da vulnerabilidade	IV - trata do compromisso do Estado em proteger o consumidor, devido ao papel que exerce, de amparo e guarda de suas necessidades, como forma de equilibrar as relações entre ambos.

5 - Da boa-fé objetiva	V - orienta sobre a boa-fé objetiva, cabendo ao produtor/fornecedor dispor de todas as informações relevantes ao consumo correto, além de garantir a livre escolha por parte do consumidor.
------------------------	---

Agora, assinale a alternativa com a associação correta:

- a) 1 – III; 2 – IV; 3 – I; 4 – V; 5 – II.
- b) 1 – II; 2 – IV; 3 – V; 4 – III; 5 – I.
- c) 1 – V; 2 – III; 4 – I; 4 – II; 5 – IV.
- d) 1 – IV; 2 – V; 3 – II; 4 – III; 5 – I.
- e) 1 – III; 2 – II; 3 – IV; 4 – V; 5 – I.

3. O Código de Defesa do Consumidor (CDC) é um instrumento fundamental para a convivência entre público e produto, público e marca, público e serviço. Ele estabelece direitos e deveres que possibilitam a relação de consumo e se sustenta pelo direito tradicional. O CDC impõe regras para atividades do marketing, colocadas em seu artigo 30:

Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado. (CDC, Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990)



Relacione as seis definições seguintes com os respectivos princípios do Código de Defesa do Consumidor (CDC) listados logo depois:

1. Parte do pressuposto de que ao poder político ou econômico cabe o dever de informar e orientar corretamente sobre qualidade, produto e preço, assim como os riscos inerentes ao produto.
2. Garante ao consumidor caminhos, recursos e processos facilitados para a busca e a defesa de seus direitos. Isso é possível pela inversão do ônus da prova, ou seja, em vez do cidadão, é a empresa que precisa provar estar certa.
3. Estabelece que o consumidor é quem pode mudar as cláusulas dos contratos firmados e refere-se, por exemplo, aos casos de devolução de mercadorias, de alteração na forma de pagamento, entre outros.
4. Garante ao consumidor o direito de revisão ou modificação do que havia sido acordado, caso ocorra algum fato inusitado, como inadimplência, ônus a qualquer uma das partes ou outros.
5. Trata de outra defesa processual, quando o ofensor responde de forma solidária pela reparação dos danos.

6. Refere-se à proteção ao consumidor, colocando-o em condição de igualdade na efetivação das negociações com os detentores do poder.

I - Da igualdade

II - Da facilitação de defesa (ou da segurança)

III - Da conservação dos contratos

IV - Da Informação

V - Da revisão das cláusulas contratuais

VI - Da solidariedade

Agora, assinale a alternativa com a associação correta:

a) 1 – IV; 2 – II; 3 – V; 4 – III; 5 – VI; 6 – I.

b) 1 – III; 2 – VI; 3 – II; 4 – I; 5 – IV; 6 – V.

c) 1 – V; 2 – III; 3 – VI; 4 – II; 5 – I; 6 – IV.

d) 1 – II; 2 – I; 3 – IV; 4 – V; 5 – VI; 6 – III.

e) 1 – VI; 2 – III; 3 – IV; 4 – V; 5 – I; 6 – II.

Referências

ARAUJO, Eugênio Rosa de. **Instituto Avante Brasil**. Princípio da livre concorrência, 2011. Disponível em: <https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/biologia/livre-iniciativa/44998>. Acesso em: 13 set. 2017.

BAUMAN, Zygmunt. **A ética é possível num mundo de consumidores?** Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

BARROS FILHO, Clóvis de. **Ética e comunicação organizacional**. São Paulo: Paulus, 2007.

BUCCI, Eugênio. **A imprensa e o dever da liberdade**. São Paulo: Contexto, 2013.

CADE. **Perguntas gerais sobre defesa da concorrência**. Disponível em: <http://www.cade.gov.br/servicos/perguntas-frequentes/perguntas-gerais-sobre-defesa-da-concorrenca>. Acesso em: 30 jul. 2017.

CHAUI, Marilena. **Convite à Filosofia**. São Paulo: Ática, 2002.

COMUNICAÇÃO SOCIAL. **Código de Ética dos Profissionais da Propaganda**. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/aceso-a-informacao/legislacao/arquivo-de-outros-documentos/codigo-de-etica-profissionais-da-propaganda.pdf/view>. Acesso em: 3 jul. 2017.

CONVERSA AFIADA. **Direito de resposta não é ataque, é conquista do jornalismo**. Disponível em <https://www.conversaafiada.com.br/brasil/direito-de-resposta-nao-e-ataque-e-conquista-do-jornalismo>. Acesso em: 20 jul. 2017.

O ESTADO DE S. PAULO. **Abraji defende vetos à lei que regulamenta direito de resposta**. São Paulo, 2015. Disponível em: <http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,abraji-defende-vetos-a-lei-que-regulamenta-direito-de-resposta,10000001585>. Acesso em: 2 jul. 2017.

O ESTADO DE S. PAULO. **Polêmica envolvendo Lilian Pacce expõe problemas do jornalismo de moda**. 2017. Disponível em: <http://emails.estadao.com.br/noticias/moda-e-beleza,polemica-envolvendolilian-pacce-expoe-problemas-do-jornalismo-demoda,70001688985>. Acesso em: 25 set. 2017.

EVANGELISTA, Carlos. A humanidade e a origem das coisas: mito, verdade, ética e moral na atualidade. **Blog de Sociologia Política**. s/d. Disponível em: <http://sociologiapolitica.com.br/2013/05/25/a-humanidade-e-a-origem-das-coisas-mito-verdade-etica-e-moral-na-atualidade/>. Acesso em: 10 jul. 2017.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros** – (1985/2007). Disponível em: <http://fenaj.org.br/codigo-de-etica-dos-jornalistas-brasileiros-19852007/>. Acesso em: 20 jul. 2017.

JUS BRASIL. **Breves noções sobre os Princípios Gerais do Código de Defesa do Consumidor**. 2013. Disponível em: <https://drluizfernandopereira.jusbrasil.com.br/artigos/111968098/breves-nocoes-sobre-os-principios-gerais-do-codigo-de-defesa-do-consumidor>. Acesso em: 30 jul. 2017.

MAGALHÃES, Anderson Salvaterra. **Nascimento e Morte da Lei de Imprensa no Brasil: representações discursivas de autoria em jornalismo**. São Paulo: Alfa Revista de Linguística. pags. 177-204. Disponível em: <http://seer.fclar.unesp.br/alfa/article/view/4173/3771>. Acesso em: 13 set. 2017.

PORTAL VERMELHO. **Lei do direito de resposta deve resultar em jornalismo mais criterioso**. Disponível em: <http://www.vermelho.org.br/noticia/274476-1>. Acesso em: 20 jul. 2017.

ROSE, Ricardo Ernesto. Razão científica e racionalidade. **Blog da natureza & da cultura**, 2011. Disponível em: <http://ricardorose.blogspot.com.br/2011/08/razao-cientifica-e-racionalidade.html>. Acesso em: 10 jul. 2017.

SCHIO, Sônia Maria. **Aristóteles e ação humana**. Caxias do Sul: Conjectura, 2009. v. 14.

SENADO FEDERAL. **Lei de imprensa**. Brasília, 2003. Disponível em: <https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/70324/660693.pdf?sequence=2>. Acesso em: 20 jul. 2017.

SINDICATO DOS PROFISSIONAIS DE RELAÇÕES PÚBLICAS. **Código de ética dos Profissionais de Relações Públicas**. Disponível em: http://www.sinprorp.org.br/Codigo_de_etica/001.htm. Acesso em: 20 jul. 2017.

ZAMBON, Gustavo. **Aspectos jurídicos do marketing**. Disponível em: <https://guzambon.jusbrasil.com.br/artigos/251049443/aspectos-juridicos-do-marketing>. Acesso em: 31 jul. 2017.

Anotações

[illegible]

Anotações

[illegible]

Anotações

[illegible]