

A ÉTICA DO DISCURSO COMO CAMINHO PARA UMA AÇÃO MAIS RESPONSÁVEL DOS *MASS MEDIA**

**The Discourse Ethics as a way to a more responsible action of
Mass Media**

Gustavo César Radicchi Murta

Resumo

Este artigo busca mostrar que a Ética do Discurso de K.-O. Apel pode servir de referência às práticas jornalísticas contemporâneas dos meios de comunicação de massa, para que esses *mass media* se mantenham, com responsabilidade, no caminho da informação sem espetacularização. E, assim, permitam que todos os parceiros do discurso se vejam como sujeitos e exijam ser respeitados, com direito a acesso a informações verdadeiras – fieis ao máximo aos fatos –, para poder tirar suas próprias conclusões dos acontecimentos e manifestar suas opiniões.

Palavras-chave: Apel, ética, comunicação social, responsabilidade

* Artigo recebido em 19/11/2013 e aprovado para publicação em 21/05/2014.

Abstract

This article aims to show that the apelian Ethics of Speech can be reference to the contemporary journalistic practices of the communication mass media, keeping themselves, with responsibility, on the path of the spectacularless information. And, so, allow all speech's partners see themselves as active persons and demand to be respected, having right to access true informations – loyal to the facts at the most – being able to make them own conclusions of the events and manifest them opinions.

Key-words: Apel, ethics, social communication, responsibility

Nota preliminar

Neste artigo, a referência-alfa é a Ética do Discurso por K.-O. Apel, não por outros filósofos, como J. Habermas, também muitíssimo dignos de leitura e reflexão. Apel e Habermas possuem concordâncias e discordâncias e estas poderiam dificultar a linha de raciocínio a que este breve texto se propõe. Além disso, o pioneirismo ético apeliado foi decisivo para a minha escolha. Apel é o fundador da Ética do discurso. Em relação ao *mass media*, nos concentraremos em sua nuance jornalística. Contemplar as duas outras disciplinas da comunicação social – *publicidade e propaganda* e *relações públicas* – extrapolaria os limites propostos para este artigo.

1. Introdução

Para baterem suas metas de vendas de intervalos comerciais, inúmeros veículos de comunicação de massa se esquecem de noções básicas de humanidade, como considerar os leitores, ouvintes e telespectadores como sujeitos do processo de comunicação, não simples receptores ou depósitos inertes e passivos de informações reunidas de qualquer forma. Há apocalípticos desiludidos cercados pela crença de que esse é um quadro irreversível de tão devastador. Há, no outro extremo, os integrados simplistas, túrgidos de certeza de que é assim que as coisas são e basta combinar informação com entretenimento para ser os *mass media* cumpram sua função social. Mas haveria também um esforço filosófico concreto e sistemático, nem apocalíptico nem integrado, capaz de garantir, desde que realizado, realmente que debatedores, leitores, ouvintes e telespectadores sejam, de fato, tidos como pessoas que são, não tidos como títulos ao portador? Sim, há e é um esforço filosófico que atende pelo nome de Ética do Discurso, erigido para

considerar e garantir o direito de ter acesso à verdade, de retrucar em uma discussão, de ser ouvido, de se ver inserido em um meio não só permeado pelo poder de persuasão, mas também – e principalmente – pelo poder de convencimento através de argumentos válidos.

2. Nada nem ninguém transpõem a linguagem

No mundo contemporâneo, *linguagem* é uma palavra de uso corrente, mas sua compreensão e explicação nem tanto o é. Falar do potencial da linguagem é frequente, mas na hora de explicar o conceito de linguagem, a tarefa se complexifica. Afinal, o que é a linguagem? “É a única forma de autoexpressão do homem e título privilegiado da sua nobreza entre todos os seres vivos”, responde Vaz. (2002, p. 188)

Assim como a vaziana, a definição de Langacker também tem um quê de antropologia filosófica, mas com uma nuance de psiquismo. Segundo ele, a linguagem é uma entidade psicológica que permeia nossa vida mental e social. (1974, p. 19) É um fenômeno em grande parte mental e de importância central porque a maioria de nossos pensamentos assume forma linguística. Muitos, se não a maior parte de nossos conceitos, recebem algum tipo de rótulo verbal. (Idem, p. 12-13)

Sendo assim, como transpor a linguagem? Como superá-la? Não há como. Na segunda metade do séc. XX, um sem-número de amantes da sabedoria finalmente passou a levar mais a sério essa constatação. Foi, o novo paradigma, batizado de *linguistic turn*, a linguagem, até que enfim, conduzida ao trono que merece na Filosofia. Reconheceu-se a linguagem como *medium* universal. Mediadora de todas as relações: do homem com o mundo, consigo mesmo e com os outros. Não se pode nem pensar sem ela, quanto mais conviver com outras pessoas. Hoje, essa constatação inquestionável impede – ou deve impedir – que a linguagem seja ignorada em qualquer investigação filosófica. Mais que isso: a virada linguística teve o poder, a autoridade de forçar um repensamento de todos os problemas encarados pela Filosofia. Segundo Vaz, essa ‘reviravolta’ viria substituir-se à ‘revolução copernicana’ de Kant, com o atribuir à *linguagem* o lugar central que Kant reivindicara para o sujeito. (2002, p. 180) O uso da expressão *homo loquens* [sujeito falante] ganhava frequência exponencial, enovelando-se cada vez mais à questão do sentido. Ouçamos Vaz a respeito disso:

O tema da linguagem [...] apresenta-se como um tema privilegiado da reflexão filosófica. [...] O enigma da linguagem acompanha todos os passos do *homo loquens*. [...] O mito bíblico da confusão das línguas [Torre de Babel] atesta a perplexidade do ser humano [...] em face ao desafiador fenômeno da diversidade de línguas. A reflexão sobre a linguagem [...] conhece dois caminhos ao longo da história: o que avança mediante a diversidade de línguas e o que explora a linguagem [...] enquanto meio universal de comunicação, independentemente da diversidade empírica de línguas. [...] Pelo sentido, o sujeito falante lança sem cessar a linguagem na direção referencial do seu polo referencial – na direção do ser ou do mundo –, pois o sentido não pode alimentar-se de si mesmo na imanência do sujeito, sendo justamente essa tentação autofágica a responsável pela transformação da iniciativa propriamente humana de enunciação do *sentido* [...] em fábrica do *não sentido*, ou seja, em matiz do simulacro e do não-ser. [...] Se há, pois, uma crise do *sentido* ela é necessariamente reflexo de uma crise da linguagem. (Idem, p. 177-179)

Um dos âmbitos de investigação que a descoberta da linguagem, como *medium* constitutivo e validade, abriu foi a pragmática, que explicita as relações com os sinais com os sujeitos e com o uso que estes fazem dos sinais e das proposições. (HERRERO, 2002, p. 11)

Tentar transpor a linguagem, do dizer popular, é tentar enxugar gelo ou, no mínimo, engarrafar fumaça. A linguagem é intransponível. Assim Langacker o explicita:

A linguagem está em toda parte. Impregna nossos pensamentos, é intermediária em nossas relações com os outros, e se insinua até em nossos sonhos. O volume esmagador de conhecimentos humanos é guardado e transmitido pela linguagem. A linguagem é, de tal modo, onipresente que a aceitamos e sabemos que sem ela a sociedade, tal como a conhecemos, seria impossível. (1974, p. 11)

Segundo esse autor, a linguagem, do ponto de vista empirista, é uma entidade transmitida culturalmente. No extremo oposto encontramos o ponto de vista racionalista, segundo o qual a linguagem é quase em sua totalidade determinada de nascença. O grosso da linguagem é transmitido geneticamente. (Idem, p. 245-246)

A reflexão sobre a linguagem conhece dois caminhos ao longo da história: o que avança mediante a diversidade de línguas e o que explora a linguagem enquanto meio universal de comunicação, independentemente da diversidade empírica de línguas. Palavras de Lima Vaz. (2002, p. 177-178) Mais à frente, veremos que a Ética do Discurso toma esse segundo curso.

Antes, no entanto, de chegarmos a esse ponto, é prudente abordarmos a ação ética intersubjetiva. Isso porque a Pragmática transcendental parte, para a fundamentação da Ética, do *medium* lingüístico-comunicativo (que de antemão é intersubjetivo) e do discurso argumentativo como sua forma reflexiva, e pergunta pelas

condições transcendentais de possibilidade do sentido e da validade desse discurso. (HERRERO, 2002, P. 16)

3. A fundamental intersubjetividade

A ação ética só pode ser pensada enquanto tal, como expressão de um sujeito situado em relação com outro. Emerge dessa constatação a noção de intersubjetividade como noção fundamental, intrinsecamente presente à ideia de agir ético. Palavras de Cardoso, ao estudar Lima Vaz. (2008, p. 407)

Mas em que se baseia a comunidade ética? O consenso, de acordo com Cardoso, pressupõe o reconhecimento do Outro. Reconhecimento e consenso constituem-se como base e origem da comunidade ética. Esta, por sua vez, tem como tarefa estabelecer um estatuto permanente par ao exercício tanto do reconhecimento quanto do consenso. (Idem, 410-411) Vejamos o que o filósofo nos diz a mais na explicação desse pressuposto consensual:

O reconhecimento implica a distinção entre o outro como objeto (*aliud*) – o qual é conhecido – e o outro enquanto sujeito (*alius*) – o qual é reconhecido. Trata-se, pois, de um nível de conhecimento superior e recíproco, no qual a comunicação entre sujeitos se mostra como originariamente ética, pois tal comunicação intersubjetiva não se reduz aos seus usos e formas, mas se revela como linguagem ética que, na sua diversidade de expressões, sempre estabelece a primordial relação Eu-Tu. Na medida em que a linguagem estabelece a relação Eu-Tu, [...] recebe o adjetivo *ética*, ela não deve ser compreendida somente como técnica, mas sim como diálogo. [...] O reconhecimento, ou seja, o conhecimento [...] de outro ser humano como sujeito, é dado evidente e, por isso, indiscutível da expressão humana. (Ibidem, p. 409)

É uma questão de emergência, indissociável da época presente. “As tentativas de se apresentar o discurso ético como fundamento da comunidade universal da comunicação como em J. Habermas e, com matizes diferentes, em K.-O. Apel, [...] manifestam a atualidade do problema”, afirma Vaz. (1992, p. 58-59)

A ética do Discurso é, em parte, a realização da expectativa de reciprocidade ideal. Daí sua emergência.

4. A Ética do Discurso e sua emergência

Desprezar a realização da expectativa de reciprocidade ideal é continuar sancionando desigualdades, em uma realidade-aberração onde muitíssimos homens consideram-se melhores do que outros, como se o valor deles e dos semelhantes pudesse ser estimado e como se os pudessem usar, como meios, desprezando o direito universal de todo ser humano que é ser reconhecido como fim em si

mesmo. O valor da vida humana é inestimável e, ao considerar isso, a Ética do Discurso mostra sua âncora na ciência kantiana do *ethos*, que diz:

O que se relaciona com as inclinações e necessidades humanas em geral tem um *preço de mercado*. [...] Mas o que constitui a condição sob a qual apenas algo pode ser um fim em si não tem meramente um valor relativo, isto é, um preço, mas um valor intrínseco, isto é, dignidade. [...] A humanidade [...] é a única coisa que tem dignidade. (KANT, 2009, p. 265)

Tudo, deixa claro Kant, pode ser trocado, menos a dignidade, que está na autonomia, a lei que o homem mesmo se dá. Se não é tratado – nem se trata – em iguais condições, não pode ser autônomo. É o imperativo categórico: “Age apenas segundo a máxima pela qual possas querer ao mesmo tempo que ela se torne uma lei universal”. (Idem, p. 215)

Sem nos esquecermos de que a comunicação humana, além dessa subjetividade da autoconstrução histórica, envolve a objetividade da base material – como bem o destaca Genro Filho (1989, p. 216) –, é fundamental que tenhamos em mente que a intersubjetividade irreduzível da ciência do *ethos* comunicativo não permite que essa ética seja uma simples transposição da ética do dever, da necessidade de agir conforme as leis. *Máxima* significa *princípio subjetivo* e, aqui, se requer também um princípio intersubjetivo. O indivíduo, de acordo com Herrero, não tem que averiguar isoladamente que máximas de sua ação são universalizáveis de acordo com o imperativo categórico. A Ética do Discurso remete os sujeitos concretos de antemão à participação em discursos reais “nos quais possa ser conseguido o maior *entendimento possível* sobre os *interesses reais* e a melhor *orientação empírica sobre as conseqüências e efeitos colaterais do seguimento das normas*”. (HERRERO, 2002, p. 27) Diz o filósofo:

Poderíamos então reformular de modo dialógico-discursivo o imperativo categórico kantiano assim: em lugar de considerar como válida para todos a máxima que queres ver transformada em lei universal, submete a tua máxima à consideração de todos os participantes do discurso a fim de fazer valer discursivamente sua pretensão de universalidade. (Idem).

Além de abordar outros fundamentos da ética interativa, Apel – seu fundador – e Herrero explicam o porquê do nome de batismo dessa nova ciência da segunda natureza. O ponto arquimédico em que Apel se apoia para fundamentar sua teoria, diz Herrero, é o discurso, daí o nome de *Ética do Discurso*. O discurso é um tipo de comunicação. (Ibidem, p. 14) Desse modo, *ética da comunicação*, *ética interativa* e *ética da argumentação* são outros nomes pelos quais atende a *Ética do Discurso*.

O discurso é a forma pública reflexivamente intransponível de todo pensar, porque ao argumentar com pretensões de validade, nós já somos referidos à comunidade, em princípio ilimitada, de comunicação. Isto vale até para o pensar realizado em solitário, pois ele só pode reivindicar validade, porque ele já tem uma estrutura discursiva.

Reivindicar validade significa, pois, levantar pretensões diante de uma comunidade, em princípio ilimitada, que só podem ser satisfeitas por razões válidas intersubjetivamente. O pensador solitário terá que considerar, em princípio, no seu ato de pensar, no qual ele não pode enganar-se a si mesmo, as possíveis objeções de todos os possíveis parceiros do discurso. É um diálogo de si consigo. (HERRERO, 2002, p. 14)

Para a fundamentação da Ética, a pragmática transcendental parte do *medium* linguístico-comunicativo (que de antemão é intersubjetivo) e do discurso argumentativo como sua forma reflexiva, e pergunta pelas condições transcendentais de possibilidade do sentido e da validade nesse discurso. (Idem, p. 11)

Segundo Apel, a fundamentação de uma ética da comunicação parte de pressupostos idealizados. A institucionalização da discussão moral precisa se dar em algo determinado desde o início pelo conflito de interesses: uma situação histórica concreta. Quem dialoga permanece ligado à sua posição e à sua situação histórica real. (2000, p. 482) Ao trazer consigo seu *ethos*, sua segunda natureza, remete à ideia de comunidade. Diz o pensador alemão:

Quem argumenta pressupõe duas coisas desde o início: *uma comunidade comunicacional real*, da qual ele mesmo se tornou membro por meio de um processo de socialização; e, segundo, *uma comunidade comunicacional ideal*, que em princípio deveria estar em condições de entender adequadamente o sentido de seus argumentos e de julgar definitivamente sua veracidade. [...] A pessoa que argumenta de certa maneira já pressupõe a comunidade ideal na comunidade real, ou seja, como possibilidade real na sociedade real. [...] A argumentação, em razão de sua estrutura transcendental, continua não tendo outra escolha senão a de estar frente a frente com essa situação desesperada e desesperadora. (APEL, 2000, p. 485)

Mas, quando se conscientiza de que se trata de uma estratégia moral de todo ser humano em longo prazo, incluídas aí não só as ações, mas também, as omissões, a quem servir primeiro? À comunidade real de comunicação? À comunidade ideal de comunicação? A ambas simultaneamente?

O filósofo alemão conta a quem pertence, neste ponto, a senha de número um: "É preciso [...] que se trate em primeiro lugar de assegurar a *sobrevivência* da espécie humana como comunidade real de comunicação; e, sem segundo lugar, de que a comunidade ideal de comunicação se realize na comunidade real de comunicação",

afirma Apel. (Idem, p. 487) Mas por quê? Responde o pensador: "O primeiro objetivo é a condição necessária do segundo; e o segundo dá ao primeiro o seu sentido – qual seja o sentido que já se antecipa com cada argumento". (Ibidem).

Isto posto, vejamos uma síntese feita por Vaz sobre a ética interativa:

A tentativa recente de retomada da exigência kantiana da universalidade formal da razão prática por meio de uma "ética discursiva", [...] fundada na "racionalidade comunicativa" busca definir-se em face da crítica hegeliana ao formalismo abstrato da moral kantiana. A ideia de uma "ética discursiva" tenta unir a racionalidade formal do discurso argumentativo e a racionalidade histórica do "mundo da vida". Nesse mundo está presente, de fato, o *ethos*, longamente sedimentado da sociedade ocidental. Ele é portador do conteúdo de certos "direitos fundamentais" na forma de uma "razão realizada" que oferece o terreno para a discussão em torno da universalidade formal de certas normas éticas: aquelas que, na expressão de K.-O. Apel, constituem problemas do "mundo da vida" capazes de se tornarem objeto de um discurso argumentativo e, portanto, de se mostrarem como conteúdo de uma ética da responsabilidade solidária dos argumentadores. (2004, p. 71-72)

Esperando ter evidenciado o nível básico da autoridade da Ética do Discurso, convido o leitor a ver comigo como essa ciência do *ethos* pode ser o caminho para uma ação mais responsável dos *mass media*, os meios de comunicação de massa, no mundo contemporâneo.

5. Potencial ético e contradições dos *mass media*

Mídia, meios de comunicação de massa e mass media são termos equivalentes para representar o que se constitui como uma função primordial da sociedade moderna: um conjunto de recursos eletrônicos, digitais e impressos, somados a conhecimentos específicos de redação e oratória, para atender à necessidade humana de saber o que está acontecendo em sua comunidade, cidade, estado, nação e, de uma forma geral, em todo o mundo. As pessoas são impotentes em conseguir sozinhas tal nível e quantidade de informações e é aí que entra o caráter imprescindível dos *mass media*. Acompanhemos Genro Filho na abordagem à questão:

O cidadão deseja a vida do grande corpo social do qual ele pertence e que ultrapassa suas relações primárias. Tem sede de informações precisas. A atualidade tornou-se o objeto de curiosidade com um fim prático, a comunicação converteu-se em uma necessidade da vida urbana, pessoal, política e religiosa. [...] A atualidade, de fato, sempre foi objeto de curiosidade para os homens. [...] A imediatividade do mundo, através de seus efeitos, envolve então uma esfera cada vez maior e constitui um sistema que se torna progressivamente mais complexo e articulado. Isso traz duas consequências básicas: a procura de mais informações e, pelo fato de que tais informações não podem ser obtidas diretamente pelos

indivíduos, surge a possibilidade de uma indústria da informação. (1989, p. 35)

Fontes comuns de informação podem levar a opiniões comuns dos cidadãos de uma mesma comunidade, naturalidade ou nacionalidade. Josaphat apreende um ponto-chave: "Opinião pública [é] a expressão da forma de pensar comum a uma sociedade ou a uma grande parte da sociedade, tendo como objetivo os assuntos de interesse geral", define o filósofo. (2006, p. 37)

No entanto, não raro, a opinião pública forma-se sem perceber que não foi respeitada durante o processo de comunicação. Vejamos como Gomes aborda essa questão:

Cria-se uma espécie de engenharia do consenso, [...] "política de opinião", [...] "conquista da opinião pública": (a) a construção da opinião; (b) o ajuste entre a opinião que o público deseja e a opinião publicada; (c) a manutenção como opinião do público da opinião particular. Formar a opinião pública significa fazer com que quantidades demograficamente importantes de públicos tenham uma certa opinião sobre atores, instituições e questões. Isso nada tem a ver com [...] debates em forma de assembleia entre parceiros legais. [...] Não se trata de convencer o oponente, mas convencer o público [...] e o eleitorado. [...] [Há a] necessidade de desqualificar as opiniões concorrentes não argumentando com os sujeitos. (GOMES, 2002, p. 346)

Para Josaphat, a boa notícia é que não se trata de uma situação irreversível ou apocalíptica. "O público será respeitado pelo *comunicador* quando este sabe e quer ajudar o seu apetite de conhecer, dando-lhe os dados e instrumentos convenientes para que possa averiguar fatos e mensagens e formar a sua opinião". (2006, p. 78)

Assim, além de *mídia*, um termo geral, não se deve esquecer o particular termo *comunicador*. Rossi explica o porquê. "Entre o fato e a versão que dele publica qualquer veículo de comunicação de massa há a mediação de um jornalista, [...] que carrega consigo toda uma formação cultural, todo um *background* pessoal, eventualmente opiniões muito firmes a respeito do próprio fato que está testemunhando, o que o leva a ver o fato de maneira distinta de outro companheiro com formação, *background* e opiniões diversas", destaca o comunicólogo. (ROSSI, 1986, p. 10) "É realmente inviável exigir dos jornalistas que deixem em casa todos esses condicionamentos e se comportem, diante da notícia, como profissionais assépticos, ou como a objetiva de uma máquina fotográfica".

A imparcialidade e a objetividade absoluta devem ser tidas como horizontes, mas nunca conseguirão ser absolutas. Desse modo, entre o fato e o conhecimento do fato pelo público através do jornalismo, já podemos contar com quatro mediações: a da linguagem, a do meio de comunicação (jornal, rádio, televisão, etc.),

a do veículo ou empresa de comunicação (Jornal Mercúrio, Rádio Goiana, Canal 3, etc.) e a da pessoa que traduziu os acontecimentos em linguagem objetiva, referencial, e, dessa forma, os informou: o jornalista.

Assim como os fenômenos imediatos que povoam o cotidiano, os acontecimentos precisam ser percebidos como processos incompletos que se articulam e se superpõem para que possamos manter uma determinada “abertura de sentido” em relação à sua significação. Trata-se de uma condição ideal posta em relevo por Genro Filho. (1989, p. 35-36)

O problema é que esta situação tem estado em lado contrário ao de uma condição real. Para a sociedade, o melhor é o contrário: que estejam cada vez mais próximas, mas tanto os veículos de comunicação, temendo a concorrência econômica, quanto os jornalistas, temendo a concorrência profissional, tendem à restrição de sentido, não à abertura. Querem que suas versões do fato sejam vistas pelo público como as únicas verdadeiras, em uma corrida frenético-ufanista pela glória de ser o primeiro a contar.

Quando se quer ser o mais verdadeiro e o mais instantâneo entre todos, deixando-se consumir por tal ambição, o compromisso real com a verdade tende a deixar de ser prioridade, e esta é colocada na espetacularização dos acontecimentos. Confunde-se fato com entretenimento. Basta ver que não poucos programas jornalísticos televisivos – em especial, os que se concentram em pautas policiais – têm colocado trilhas sonoras sob imagens já dramáticas por si só, como resgates de vítimas de enchentes, por exemplo. Hipertrofia-se o caráter de novidade da notícia. Em situações ideais, de respeito à verdade dos fatos, apurados com a profundidade máxima possível, a batuta é a da veracidade, não a do relógio ou a da vaidade ou a da audiência a qualquer preço.

Josaphat bem observa que os destinatários da transmissão acabam sendo sentidos como receptores, analisados como puros receptáculos passivos no processo da comunicação. Os elementos do processo da comunicação – o emissor, o destinatário, a mensagem e o código – são tidos como puros instrumentos a serem considerados em sua eficácia funcional. Essas propriedades gerais da comunicação dizem respeito diretamente à qualidade técnica de qualquer comunicação. O que não deixa de interessar grandemente à ética, pois esta começa por pressupor e exigir que a comunicação exista e que venha a ser uma rede eficiente, levando mensagens e estabelecendo o comunhão entre as pessoas. (2006, p. 23-24)

Isso porque, de acordo com Gomes, os meios de comunicação não resistem à tentação de se constituírem em sujeitos de pretensões, participantes e parceiros da negociação.

Os *mass media* [...] outorgam-se vantagens enormes face aos outros sujeitos de pretensões postos no conflito de interesses práticos. O meio não é apenas a mensagem, é também aquele que a enuncia e sustenta [...] numa situação interativa em que as outras vozes não podem ser ouvidas porque não [foram] codificadas da forma “apropriada”. [...] Institui-se necessariamente a disparidade na capacidade de expressão dos desejos e interesses pretendidos. (GOMES, 2002, p. 347)

Segundo esse filósofo, no fórum estabelecido pelo próprio meio, o meio enquanto sujeito de pretensões de validade não precisa argumentar: pode falar e mandar ver sem jamais ouvir. O sujeito ‘meio de comunicação’ faz-se de surdo e é irresponsável. “Surdo porque apresenta pretensões de validade e continua a repeti-las sem considerar as objeções [...] dos outros parceiros da negociação. Irresponsável, porque se furta [...] a dar razões dos próprios argumentos”, explica Gomes. (Idem, p. 348) “Tal impermeabilidade à discussão e irresponsabilidade de princípio tem um nome: despotismo. [...] Os meios, enquanto sujeitos de pretensões, se subtraem à situação interativa, optando por comportamentos meramente estratégicos”.

Tais insurdescência e insensatez fazem com que algo importantíssimo costume ser esquecido pelo meio do caminho: o *feed back*, o retorno que o receptor deve dar ao emissor de que o está compreendendo. Gomes analisa esse fato:

A metáfora da interlocução direta se esgota diante do avanço colonizador da comunicação da comunicação mediática, que invade a esfera íntima ou privada das interações comunicativas, dizendo-nos como e sobre o que falar para que [...] tenha sentido e escuta, [...] fundada nos princípios do entretenimento e da espetacularização. [...] O advento das comunicações de massa [...] [reforçou] em nós a concepção de que o mundo tangível e o mundo *tout court* não são idênticos; [...] despertaram em nós a curiosidade e a necessidade de saber o que se passa no mundo em lapsos de tempo cada vez mais curtos. [...] *O mundo-media* invade o mundo da vida. [...] Ficamos a mercê do conjunto dos *mass media* disponíveis. (GOMES, 2002, p. 340-343)

Rossi compara a atividade jornalística a uma disputa bélica por um peculiar tipo de *território*: “Jornalismo [...] é uma fascinante batalha pela conquista das mentes e corações de seus alvos: leitores, telespectadores ou ouvintes. Uma batalha geralmente sutil e que usa uma arma de aparência extremamente inofensiva: a palavra”, afirma o comunicólogo. (ROSSI, 1986, p. 7)

É pertinente observar que Rossi parece levar em conta a doutrina dos dois mundos, à qual Kant recorre na *Fundamentação da Metafísica dos Costumes*. A batalha jornalística é por mentes e corações possivelmente porque o homem é, ao mesmo tempo, membro do mundo inteligível e do mundo sensível, respectivamente. Voltemos ao raciocínio rossiano: “Essa batalha pelas mentes e corações, entretanto, é temperada por um mito – o mito da

objetividade – que a maior parte da imprensa brasileira importou dos padrões norte-americanos [estadunidenses]”, observa o comunicólogo. (Idem) “A imprensa, de acordo com o mito da objetividade, deveria colocar-se numa posição neutra e publicar tudo o que ocorresse, deixando ao leitor a tarefa de tirar suas próprias conclusões”.

Desse modo – ao observar que o jornalismo é uma batalha por mentes e corações e, logo em seguida, lembrar que isso deve incluir ao mesmo tempo o reconhecimento do leitor o direito de interpretar –, as observações rossianas passam da ética kantiana à Ética do Discurso. Mostra, portanto, consonância com Apel, que afirma que não é o uso logicamente correto do intelecto por parte dos indivíduos, mas sim essa exigência de *reconhecimento recíproco das pessoas como sujeitos da argumentação lógica* o que justifica, já de saída, o discurso acerca de uma “ética da lógica”. (APEL, 2000, p. 453)

Segundo o filósofo alemão, a ética da argumentação pressuposta na lógica pode provar que a justificação é uma reivindicação colocada pelos membros da comunidade de argumentação a todos os demais, e que é, com isso, uma obrigação moral. [...] Os argumentos não devem ser entendidos sob a abstração da dimensão pragmática., tal como se dá no cálculo lógico moderno, [...] mas também, e sempre, como *anseios* de sentido e validação, que só podem ser explicados e decididos em meio ao diálogo interpessoal. (Idem, p. 454-456)

Apel exemplifica: “Mentir, por exemplo, certamente, tornaria impossível o diálogo entre os argumentantes; e o mesmo também vale quando se fala da recusa ao acordo crítico, isto é, à explicação e justificação dos argumentos”, diz o fundador da Ética do Discurso. (Ibidem, p. 452) De acordo com ele, para o argumentante, não deve haver fuga da responsabilidade:

Quem argumenta reconhece implicitamente todas as reivindicações possíveis de todos os membros da comunidade de comunicação que se podem justificar por meio de argumentos racionais [...] e ainda se compromete, ao mesmo tempo, a utilizar-se de argumentos para justificar todos os próprios anseios que dirige aos outros. [...] Os membros da comunidade comunicacional [...] também estão obrigado a levar em consideração todas as virtuais reivindicações de todos os virtuais membros da comunidade – ou seja: todas as “carências” humanas [...] enquanto “reivindicações” comunicáveis por via interpessoal, são eticamente relevantes; elas precisam ser reconhecidas à medida que se possa justificá-las com argumentos. (APEL, 2000, p. 480)

O pioneiro destaca uma estratégia moral de ação que todo ser humano deveria adotar em longo prazo: é preciso, em toda

atuação e omissão, que se trate em primeiro lugar de assegurar a *sobrevivência* da espécie humana como comunidade real de comunicação; e, sem segundo lugar, de que a comunidade ideal de comunicação se realize na comunidade real de comunicação. O primeiro objetivo é a condição necessária do segundo; e o segundo dá ao primeiro o seu sentido – qual seja o sentido que já se antecipa com cada argumento. (Idem, p. 487)

6. Conclusão: a Ética do Discurso como caminho para a atuação responsável dos *mass media*

Há todo o sentido do mundo em se lançar mão da ética do discurso no contexto das comunicações sistematicamente distorcidas editadas e dominadas pela lógica do *mass media*. A Ética do discurso pode ser aplicada no mundo da vida, em grande parte através dos *mass media*, desde que haja a realização da expectativa de reciprocidade ideal. Os *mass media* deveriam aproximar as condições reais das ideais, não afastá-las. Deveriam divulgar mais iniciativas que contribuam com o bem-estar da sociedade, não apenas notícias ruins, alimentadas pela curiosidade mórbida de leitores, telespectadores e ouvintes. Possibilitar que a força dos argumentos tenha cada vez mais validade. A mídia já nos introduziu em uma nova realidade. Torna-se imprescindível uma visão lúcida e operacional da comunicação social, impregnando-a de humanidade, de capacidade de estar a serviço de todos os seres humanos. Conscientizar todos os parceiros do discurso de que todos são igualmente corresponsáveis pelo que tem que ser feito para que o progresso moral tenha alguma chance de acompanhar a vertiginosamente exponencial evolução tecnológica no Século XXI. É preciso fundar ações na aceitação da prioridade do bem social sobre todo e qualquer interesse particular. Esse norte de conscientização e de saturação humanizante é, por direito, a Ética do Discurso.

Referências bibliográficas

APEL, Karl-Otto. *Transformação da filosofia II: o a priori da comunidade de comunicação*. São Paulo: Edições Loyola, 2000.

CARDOSO, Delmar. *Ação ética intersubjetiva na ética filosófica de Lima Vaz*. Síntese Revista de Filosofia, v. 35. N. 113, set/dez 2008.

GENRO FILHO, Adelmo. *O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*. Porto Alegre: Ortiz, 1989.

GOMES, Wilson. *A ética do discurso e a comunicação mediada e editada pelos mass media*. In: HERRERO, Francisco Javier. *Ética do discurso: novos desenvolvimentos e aplicações*. São Paulo: Francisco Javier Herrero & Marcel Niquet Editores, 2002.

HERRERO, Francisco Javier. *A ética do discurso de K.-Otto Apel*. In: HERRERO, Francisco Javier. *Ética do discurso: novos desenvolvimentos e aplicações*. São Paulo: Francisco Javier Herrero & Marcel Niquet Editores, 2002.

JOSAPHAT, Carlos. *Ética e mídia: liberdade, responsabilidade e sistema*. São Paulo: Paulinas, 2006.

KANT, Immanuel. *Fundamentação da Metafísica dos Costumes*. São Paulo: Dircuso Editorial : Barcarolla, 2009.

LANGACKER, Ronald W. *A linguagem e sua estrutura*. Petrópolis: Vozes, 1974.

ROSSI, Clóvis. *O que é jornalismo*. São Paulo: Brasiliense, 1986.

VAZ, Henrique Cláudio de Lima. *Antropologia Filosófica II*. São Paulo, Edições Loyola, 1992.

_____. *Ética e cultura*. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

_____. *Filosofia e Cultura*. São Paulo, Edições Loyola, 2002.