



Ética Discursiva e a Formação do Jornalismo Democrático¹

Renato FRANKE²

Márcio Giusti TREVISOL³

Universidade do Oeste de Santa Catarina, UNOESC Campus de Joaçaba, SC

RESUMO

Este trabalho discorre acerca da ética dentro da perspectiva de Jürgen Habermas, que delineia um conceito normativo de esfera pública e da ética do discurso, de modo a estudar como essa temática associada ao jornalismo pode contribuir para a construção da opinião pública. Assim, propõe-se um estudo sobre a teoria pragmática de Habermas, seu conceito de esfera pública burguesa, e ética discursiva. Busca-se ainda verificar as pretensões de validade do discurso midiático, como são construídas, processadas e transmitidas às informações aos indivíduos, além de sua relevância para os debates na esfera pública. Desse modo, apontam-se pontos positivos e negativos na cobertura jornalística, de modo a assinalar como a ética discursiva e o princípio de universalidade podem contribuir tanto para a prática quanto para os estudos do jornalismo.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; Ética; Ética do Discurso; Esfera pública; Habermas.

INTRODUÇÃO

Ao pensarmos o jornalismo na contemporaneidade, devemos admitir as discussões sobre ética e buscar sua fundamentação. Dentro do pensamento ético atual, a ética do discurso encontra lugar de destaque, em que a teoria da ação comunicativa de Habermas com ênfase na linguagem, desdobra-se em sua *ética do discurso*, a qual tem como finalidade o consenso. Assim, o entendimento será sempre alvo da ética do

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2012.

² Bacharel em Comunicação Social Jornalismo pela Universidade do Oeste de Santa Catarina – UNOESC (2011) email: renatofranke@hotmail.com.

³ Márcio Giusti Trevisol, graduação em Filosofia Plena pelo Centro Universitário Assunção (2002) e pós-graduado em filosofia pela Universidade de Passo Fundo (2003). Mestre em Ética e Filosofia Política pela Universidade Federal de Santa Catarina (2007). Atualmente é professor dos cursos de Comunicação Social da Universidade do Oeste de Santa Catarina, atuando nas áreas de filosofia, estética, ética e ciência política e integra o comitê de Ética em Pesquisa da Universidade do Oeste de Santa Catarina e o comitê de Bioética do Hospital Universitário, email: marcio.trevisol@unoesc.ed.br.



discurso. Em meio a vários argumentos, chega-se à verdade; não a verdade objetiva, mas as hipóteses validadas na interação dialógica em que se consegue o consenso.

A ética do discurso de Habermas pressupõe a autenticidade do discurso e a prioridade do coletivo sobre o indivíduo. Portanto, essa ética não pretende garantir uma vida feliz para o indivíduo, mas assegurar a validade da norma, construída por intermédio do discurso coletivo gerando um consenso baseado no bem comum.

Daí, a importância da ética do discurso ao jornalismo, pois se a mídia contribui para a formação dos consensos ao ampliar o espaço de discussão, pressupõe-se que a mídia possa propiciar, a partir da geração de substratos de comunicação, a ocorrência de situações dialógicas, nas quais os acordos válidos sejam gerados. Conseqüentemente, os entendimentos podem ocorrer mediante a argumentação de fontes distintas, intermediadas pelos jornalistas, e depois pela audiência.

A ÉTICA DISCURSIVA BASEADA NA TEORIA PRAGMÁTICA HABERMASIANA

Neste capítulo, tentaremos entender a ética sobre o ponto de vista de Habermas, que tem como base uma teoria da linguagem e da comunicação firmada numa pragmática, ou seja, numa teoria pragmática da linguagem considerada universal.

Nossa intenção ao apresentar elementos da teoria habermasiana, será a de fornecer alguns apontamentos que sirvam como base reflexiva para uma ética universal, para posteriormente identificar a necessidade desses elementos para formação de uma ética discursiva apoiada na idéia de consenso, substituindo o “princípio monológico” do discurso fundador de Kant, por um “princípio dialógico”. Pois entendemos que a noção de ética não pode ser fundamentada apenas por uma razão prática monológica. O princípio dialógico remete para uma racionalidade resultante de uma experiência comunicacional, do uso da linguagem.

Nessa perspectiva, Habermas (1999) constrói a idéia de que o diálogo e as interações lingüísticas podem alcançar o entendimento e o consenso sobre as normas de validade, no sentido de se discutir regras de convívio social, mas para isso, ele defende a necessidade de se estabelecer um processo argumentativo que seja capaz de fornecer os critérios e os parâmetros racionais para que os indivíduos possam coordenar suas ações.

Com base na Teoria da Ação Comunicativa de Habermas, Trevisol afirma:

Quando adotamos essa perspectiva da linguagem, o paradigma da consciência é substituído pelo paradigma da linguagem. As questões que tangem o mundo da vida são medidas pela linguagem e serão passíveis de consenso e entendimento. Essa perspectiva introduz um modelo ético com roupagem democrática. Para chegarmos ao ideal de consenso e de validade sobre normas de ação, o agir social não pode ser entendido e concebido somente como uma ação estratégica, na qual os indivíduos coordenam suas ações por interesses egoístas, ou, simplesmente, aplicando a racionalidade como um meio para atingir determinados fins. O agir social deve, ao contrário, ser entendido como uma ação comunicativa que busca o esclarecimento e o entendimento dos indivíduos na sociedade. (TREVISOL, 2011, p. 14 – 15)

Dentro de um contexto, a prática comunicativa é condição indispensável para a mediação da cultura e o autodesenvolvimento de um indivíduo, possíveis pela relação intersubjetiva. Dessa forma, Habermas (2001) desenvolve a tese de que os aspectos pragmáticos da linguagem, baseados no uso das palavras, para que sejam considerados no seu processo de significação, devem seguir algumas pretensões universais:

Todo agente que atue comunicativamente tem que assegurar na execução de qualquer ato de fala, pretensões universais de validade e supor que tais pretensões podem desempenhar-se. Na medida em que queira participar em um processo de entendimento, não pode deixar de assegurar as seguintes pretensões universais de validade: a de estar-se *expressando inteligivelmente*, a de estar *dando a entender algo*, a de estar *permitindo-se a entender*, e a de *entender-se com os demais*. (HABERMAS, 2001, p. 300).

Além disso, para se entender como se dá a ação comunicativa, é preciso compreender o conceito de alguns elementos que constituem a racionalidade comunicativa, que só podem ser desvendados por meio da pragmática universal. Nesse sentido, “a racionalidade manifesta-se de forma lingüística e histórica; por isso, a temática da razão remete a questão da linguagem” (TREVISOL, 2011, p. 14).

O entendimento de conceitos que levam a compreender a ética discursiva permite fundamentar uma ética universal com base no consenso e no entendimento mútuo. Nessa perspectiva, entender o conceito de racionalidade é fundamental, pois ao falarmos de linguagem estamos falando da razão. “A linguagem torna-se como que a explicitação da razão, ou melhor, torna-se a própria razão (DUTRA, 2005, p. 10).

Habermas desenvolve uma teoria da racionalidade de dupla face, em que a racionalidade instrumental coexiste com racionalidade que ele chama de comunicativa, formulada como uma teoria da ação, a Teoria do Agir Comunicativo.



O conceito de racionalidade comunicativa possui conotações que em última instância se referem a uma experiência central da capacidade, mas sem coação, de gerar consenso em uma fala argumentativa em que os diversos participantes superam a subjetividade inicial de seus pontos de vistas e desenvolvem uma comunidade de convicções racionalmente motivadas e asseguram-se da unidade do mundo objetivo e da intersubjetividade do contexto em que se desenrolam suas vidas (HABERMAS, 1992, p. 27)

Portanto, para Habermas, o diálogo e as interações lingüísticas podem produzir razões e critérios consensuais, tornando possível se discutir as regras de convivência de uma sociedade. O autor enfatiza a necessidade de instituir um processo argumentativo capaz de prover critérios e os parâmetros racionais à coordenação das ações sociais.

O agir comunicativo distingue-se, pois, do estratégico, uma vez que a coordenação bem sucedida da ação não está apoiada na racionalidade teleológica dos planos individuais de ação, mas na força racionalmente motivadora de atos de entendimento, portanto numa racionalidade que se manifesta nas condições requeridas para um acordo obtido comunicativamente. (HABERMAS, 1990, p. 71)

A Racionalidade comunicativa, baseada no processo argumentativo, faz necessária ainda a fundamentação de uma teoria argumentativa, que ele define como:

Chamo argumentação um tipo de fala em que os participantes tematizam as pretensões de validade que se mostram duvidosas e tratam de desempenhá-las ou recusá-las por meio de argumentos. Uma argumentação contém razões que estão conectadas de forma sistemática com a pretensão de validade de uma expressão problemática. A força de uma argumentação é medida em um contexto dado pela pertinência das razões. Isso pode ser evidenciado, entre outras coisas, na capacidade de argumentação convencer os participantes do discurso, isto é, se é capaz de motivá-los a aceitar a pretensão de validade em questão (HABERMAS, 1992, p. 27)

Segundo Habermas, podemos dizer que a validade ou não validade de um discurso de determinado indivíduo pode ser julgada quanto à racionalidade da linguagem e da ação desse sujeito segundo seu comportamento.

Para que aja entendimento e interações se tornem comunicativas, os participantes se colocam de acordo para coordenarem seus planos de ação. Segundo Trevisol (2011, p. 23), esse acordo fundado não pode ser meramente factual nem ser um acordo fundado mediante coação. Para que aja entendimento, segundo Habermas (1989, p.79), cada envolvido numa interação comunicativa ao fazer uso dos atos de fala e ao buscar o entendimento mútuo (consenso), ergue três pretensões de validade: 1) à verdade; 2) à correção e 3) à sinceridade. Assim, no ato da fala, o indivíduo que está argumentando tenta motivar um ouvinte a aceitar seu argumento, contudo sua validade



não se explica, “pela validade do que é dito, mas, sim, pela garantia assumida pelo falante, tendo um efeito de coordenação, de que se esforçará se necessário, para resgatar a pretensão erguida.” (HABERMAS, 1989, p. 79).

Para tanto, o resgate é discursivo no caso de pretensões à verdade e à correção, isto é, através de razões. Para Habermas:

[...] tão logo o ouvinte confie na garantia oferecida pelo falante, entram em vigor aquelas obrigações relevantes para a seqüência da interação que estão contidas no significado do que foi dito. Assim, por exemplo, no caso de ordens e instruções, as obrigações de agir valem em primeira linha para o destinatário; no caso de promessas e declinações, para o falante; como de acordo e contatos, simetricamente para os dois lados; no caso de recomendações e advertências com teor normativo, assimetricamente para os dois lados. (HABERMAS, 1989, p.79-80)

Sendo assim, a validade das normas depende de um acordo racionalmente motivado entre todos os envolvidos. As condições do discurso e o acordo racional obtido dependem de uma situação ideal de fala, caracterizada pela simetria de oportunidades dos que participam de um determinado diálogo.

É preciso destacar que não é em qualquer situação discursiva que se podem produzir normas justas. Portanto, qualquer forma de coação que segue uma ação discursiva deve ser afastada, pois a única maneira de produzir um discurso livre, de influir sobre os outros sem coação, é através de bons argumentos, que segundo Habermas valem-se da *situação ideal de fala*⁴. Para ele, a teoria dos atos de fala faz com que seja possível a construção de uma espécie de síntese entre a ação e a linguagem, já que quem fala age e estabelece relações, modifica algo no mundo.

FUNDAMENTAÇÃO DO PRINCÍPIO “U” E DO PRINCÍPIO “D”

Compreendendo que a linguagem é a base para o entendimento e o consenso entre indivíduos, e os argumentos devem seguir pretensões válidas, apontaremos alguns conceitos que Habermas propôs para fundamentar o Princípio de Universalização (PU).

Neste sentido, ao sairmos do contexto do agir comunicativo e partirmos para a esfera do discurso, que está submetido a regras especiais, o discurso é entendido como uma forma de atingir a verdade, ou correção, de uma descrição, ou norma, de forma

⁴ Segundo (SIEBENEICHLER, 1994, p. 105) uma situação ideal de fala “pode ser tomada como critério da argumentação discursiva porque implica uma distribuição simétrica de chances de escolha e de realização de atos de fala. Supomos que nela não existe nenhum elemento de coação a não ser a coação do melhor argumento”



cooperativa. Segundo Habermas, os discursos podem ser divididos em dois planos distintos: o discurso teórico, sobre asserções ou afirmações descritivas; e o discurso prático, sobre imperativos, leis ou normas. No discurso teórico, está em jogo o valor de verdade de uma constatação acerca das coisas no mundo.

Conforme Habermas, “no discurso teórico, a ponte que serve para vencer a distância entre as observações singulares e as hipóteses universais é lançada por diversos cânones da indução. No discurso prático, é preciso um princípio ponte correspondente” (HABERMAS, 1989, p. 84).

Para a realização do ato de fala, devem ser levadas em conta algumas pretensões, que são condições indispensáveis para essa ação. Portanto, no discurso prático toda investigação realizada sobre a lógica da argumentação moral leva à necessidade de propor um princípio moral que, enquanto regra de argumentação, exerça uma função equivalente à do princípio da indução no discurso teórico. Assim, para a fundamentação de uma ética discursiva, é necessária uma regra argumentativa que permite o acordo nos discursos práticos, em que essas regras sigam a uma lei universal, o PU.

Para explicar essa idéia de princípio moral, Habermas (1989) retoma a intuição que Kant exprimiu no imperativo categórico, “a idéia subjacente que deve dar conta do caráter impessoal dos mandamentos morais válidos.” (HABERMAS, 1989, p. 84).

O imperativo categórico pode ser entendido como um princípio que exige a possibilidade de universalizar as *maneiras do agir* e as *máximas* ou, antes, os *interesses* que elas levam em conta [...] Kant quer eliminar como inválidas todas às normas que “contradizem” essa exigência. Ele tem em vista aquela contradição interna que aparece na máxima de um agente quando sua conduta só pode atingir seu objetivo na medida em que ela não é a conduta universal (HABERMAS, 1989, p. 84).

O princípio moral pode ser entendido de tal maneira que exclui como inválidas as normas morais que não gerem consenso entre os envolvidos no discurso prático. Assim, o princípio moral deve considerar válidas as normas que exprimem uma “vontade universal”. Para Habermas, uma norma é válida, ao satisfazer à condição de:

[...] que as conseqüências e efeitos colaterais, que (previsivelmente) resultarem para a satisfação dos interesses de *cada* um dos indivíduos do fato de ser ela *universalmente* seguida, possam ser aceitos por *todos* os concernidos (e preferidos a todas as conseqüências das possibilidades alternativas e conhecidas de regagem). (HABERMAS, 1989, p. 86)

Habermas (1989) dá a entender que o PU foi introduzido dentro da ética discursiva “como uma regra de argumentação que possibilita o acordo em discursos



práticos sempre que as matérias possam ser regradas no interesse igual de todos os concernidos” (HABERMAS, 1989, p. 87). Ele propõe um PU em que a validade de uma norma não está mais no que o sujeito quer que seja uma lei universal, mas agora tem de submetê-la a todos os envolvidos no discurso prático, a um exame discursivo com pretensão a universalidade.

Por um lado, só uma efetiva participação de cada pessoa concernida pode prevenir a deformação de perspectiva na interpretação dos respectivos interesses próprios pelos demais. Nesse sentido pragmático cada qual é ele próprio a instância última para a avaliação daquilo que é realmente de seu próprio interesse. Por outro lado, porém, a descrição segundo a qual cada um percebe seus interesses deve também permanecer acessível à crítica pelos demais. As necessidades são interpretadas à luz de valores culturais; e como estes são sempre parte integrante de uma tradição partilhada intersubjetivamente, a revisão dos valores que presidem à interpretação das necessidades não pode de modo algum ser um assunto do qual os indivíduos disponham monologicamente (HABERMAS, 1989, p.88).

Contudo, precisa-se entender que existe diferença entre o PU e o princípio do Discurso (PD), pois o PU pode ser percebido como uma regra argumentativa de discursos práticos e o PD como uma proposta teórica específica da ética discursiva.

Assim, torna-se clara a possibilidade de um princípio universal possível que seja imparcial e comunicativo. Pode-se dizer que segundo Habermas a fundamentação da ética será a solução para o problema da "falácia etnocêntrica". Habermas enfrenta a críticas do cético, que questiona se o princípio U "se trata de uma generalização precipitada de nossa própria cultura ocidental" (HABERMAS, 1989, p. 98).

Para Habermas, a suspeita do cético cai por terra na própria atitude performativa dos atos de fala realizados pelo cético, quando este propõe um relativismo cultural exacerbado no âmbito moral. Nesta concepção, “a contradição performativa significa que qualquer argumentação se baseia em pressupostos necessários cujo conteúdo proposicional contradiz a afirmação feita.” (HABERMAS, 1989, p. 102).

Tal é efetivamente o caso, pois o oponente, ao apresentar sua objeção, pressupõe inevitavelmente à validade pelo menos daquelas regras lógicas que não podem ser substituídas, caso compreenda o argumento apresentado como uma refutação. Mesmo o criticista, ao participar de uma argumentação, já aceitou como válido um acervo mínimo de regras irrecusáveis da crítica. (HABERMAS, 1989, p. 103)

Para Habermas (1989, p. 108), o argumento contrário a possibilidade de discussão racional de normas morais feito pelo cético é considerado “contradição performativa”, pois ele já está participando de um processo comunicativo baseado em



razões e no entendimento recíproco, levantando pretensões de validade sobre seu discurso. Portanto, ao contrário do argumento do cético, Habermas concorda que existem fenômenos morais já no mundo da vida, mas estes devem obedecer à regra imposta pelo princípio U, que é ser aceito por todos os demais envolvidos no diálogo.

Nessa perspectiva efetivação do PU se confirma na admissão de uma pretensão de validade aceita por todos. Por conseguinte, quando determinado indivíduo aceita ou negar uma norma ele aceita participar da argumentação atribuindo validade ao Princípio U, ou seja, não admitir U é cair em contradição performativa.

Portanto, segundo Habermas, nota-se a relação feita por Habermas entre ética e a moral como auto-evidência uma para a outra. A ética discursiva caracteriza-se então como transcendental apoiando-se em um “fato da razão”.

O consenso somente é atingido a partir de um esforço de cooperação, que deve levar a sério os diferentes valores trazidos por cada indivíduo envolvido, buscando uma saída satisfatória aos interesses de todos, não podendo ser pensada monologicamente. Assim, o consenso só acontece quando há a identificação de uma vontade comum.

“Mas, se as argumentações morais devem produzir um acordo desse gênero, não basta que um indivíduo reflita se poderia dar seu assentimento a uma norma. Não basta nem mesmo que todos os indivíduos, cada um por si, levem a cabo essa reflexão, para então registrar os seus votos. O que é preciso é, antes, uma argumentação "real", da qual participem cooperativamente os concernidos. Só um processo de entendimento mútuo intersubjetivo pode levar a um acordo que é de natureza reflexiva; só então os participantes podem saber que eles chegaram a uma convicção comum.” (HABERMAS, 1989, p. 88)

Habermas também propõe uma reestruturação ao Imperativo Categórico ao afirmar que “ao invés de prescrever a todos os demais como válida, uma máxima que eu quero que seja uma lei universal, tenho que apresentar minha máxima a todos os demais para o exame discursivo de sua pretensão de universalidade. O peso desloca-se daquilo que cada um pode querer sem contradição com a lei universal para aquilo que todos querem de comum acordo reconhecer como norma universal.” (Habermas, 1989, p. 88). Com essa afirmação, ele tenta substituir o diálogo monólogo, por um diálogo dialógico.

ÉTICA DO DISCURSO E O JORNALISMO

No pensamento de Habermas, questões éticas e morais têm naturezas diferentes. As questões éticas são aquelas que se colocam do ponto de vista da primeira pessoa, e



que se referem ao questionamento que possa responder “quem sou eu e quem gostaria de ser, ou como deveria levar minha vida”, indagando como indivíduos de um determinado grupo “se entendem, quais os critérios segundo os quais deveriam orientar suas vidas, o que seria melhor para todos a longo prazo.” (HABERMAS, 2004, p.40).

Diferente das questões éticas a moralidade se relaciona à busca de normas e regras que tornam possível a convivência em sociedades pluralistas, reguladas pela busca do interesse coletivo e não pelo que é melhor para todos, e se destina a descobrir “qual a regulamentação mais adequada ao interesse equânime de todos os atingidos (sobre o que é bom, em igual medida, para todos)” (HABERMAS, 2004, p.313).

Pelo discurso, o indivíduo poderia expressar seus desejos, sentimentos e necessidades, perceber quais desses anseios são pessoais e deveriam ser divididos e entendidos como pertencentes ao âmbito coletivo da justiça, das normas e dos direitos.

Feita essa distinção, a que se ter a atenção para não se pensar no isolamento da subjetividade em prol da coletividade, pois segundo afirma Habermas um consenso moral só se concretiza a partir do ponto de vista individuais dos pertencentes a um determinado grupo que, ao buscarem um acordo, devem analisar as diferentes dimensões do problema buscando ampliar suas perspectivas.

A teoria do discurso introduz a distinção entre questões éticas e morais de maneira que a lógica das questões relativas à justiça passem a exigir a dinâmica de uma ampliação progressiva do horizonte de interpretação. A partir do horizonte de suas respectivas auto-compreensões e compreensões de mundo, as diversas partes em diálogo referem-se a um ponto de vista moral pretensamente partilhado, que induz a uma descentralização sempre crescente das diversas perspectivas, sob as condições simétricas do discurso (e do aprender com o outro) (HABERMAS, 2004, p.316).

Para simplificar, entende-se que a ética do discurso reúne, então, princípios que visam levar os sujeitos para a decisão conjunta dos problemas que atingem o coletivo. Para Habermas, “se os atores não trouxerem consigo, dentro de seu discurso, suas histórias de vida individuais, suas identidades, suas necessidades e desejos, tradições e pertencimentos, o discurso prático será esvaziado de todo o seu conteúdo” (HABERMAS, 1982, p.255).

Contudo, para que todos tenham oportunidade de compartilhar desse processo dialógico, precisam ser aptos a desempenhar sua autonomia política, ou seja, de ter a “habilidade de assumir papéis dialógicos, de se engajar reciprocamente na prática de assumir o lugar do outro, de alcançar a reflexividade diante desses papéis e articular



suas próprias necessidades, interesses e valores a fim de determinar sua universalidade e chegar a um acordo comum sobre normas gerais” (COHEN e ARATO, 1992, p. 398).

Ao entender a ética do discurso de Habermas, por intermédio da conexão entre o ponto de vista particular que se refere às sentimentos e experiências individuais e o ponto de vista moral da do coletivo, temos as bases para nossa análise da discussão mediática acerca da questão da informação, que deve ser transmitida de forma ética, clara e de interesse social. Além disso, aponta para a maneira como o discurso se transforma em elemento fundamental na construção de decisões capazes de tornar os acontecimentos públicos, aumenta o espaço de discussão e as probabilidades de consensos de forma coletiva.

Partindo desse pressuposto, discutir ética discursiva no jornalismo torna-se essencial ao se pense um jornalismo inserido em um mundo social dinâmico, e que cada vez mais se precisa pensar em um jornalismo que vai além dos eixos de IBOPE ou de informação (SP e RJ), e que atenda as demandas sociais como um todo⁵.

Pensar um jornalismo ancorado na ética do discurso é pensar em um novo modelo de formação da pauta jornalística, que passa não só aceitar, mas a compor a pauta pelos ideais coletivos e de universalidade.

Defendemos uma prática midiática que tenha como base os mesmos critérios que norteiam a situação de fala ideal, que acontece, ou melhor, deviria acontecer ao se utilizar, para noticiar os temas retirados do mundo da vida os conceitos de validade da ética discursiva.

Mas para que isso aconteça, tornando efetiva a contribuição da mídia, como co-participante na formação de consensos, baseada na Ética do Discurso, antes se torna necessário rever a situação dialógica, e, especialmente, resolver questões internas da mídia, que, ao longo da história, tem desvirtuado suas práticas internas, sendo manipulada pelo interesse mercadológico e pelas instituições políticas. Essas questões da mídia que envolvem o jornalismo, não passam despercebidas por Habermas:

Ora, a invasão da esfera pública pela publicidade – invasão tornada economicamente necessária – não precisaria ter enquanto tal por consequência provocar por si a modificação dela. Assim como, desde o segundo terço do século passado, os jornais começaram a separar da parte redacional um espaço para anúncios, assim também uma separação das funções jornalísticas ligadas ao pensamento das pessoas privadas enquanto público poderia ter deixado essencialmente intacta a esfera pública, criando uma representação pública de

⁵ O “todo” à que nos referimos engloba um jornalismo que atenda aos anseios de todas as esferas sociais, que foque o regionalismo e as minorias.



interesses privados individuais ou, então, coletivos. Mas não se chegou a formar uma tal esfera pública economicamente separada da esfera pública política, uma esfera pública jornalístico-publicitária com a sua origem própria e específica; a representação jornalístico-publicitária de privilegiados interesses privados esteve desde o começo plenamente amalgamada com interesses políticos. (HABERMAS, 1984, p. 225-226)

Nesse sentido, ao retomamos os conceitos de esfera pública burguesa perceberemos que esse modelo de esfera pública burguesa (mediatizada) entra em decadência, e agora, as leis do mercado “também penetram na esfera reservada às pessoas privadas enquanto público, o raciocínio tende a se converter em consumo e o contexto da comunicação pública se dissolve nos atos estereotipados da recepção isolada” (HABERMAS, 2003, p190 e 191)

Percebe-se que a mídia amplia a esfera pública, mas esta, mediatizada, geralmente se mostra vazia de conteúdo político, e para poder vender mais se rende ao comércio e a manipulação. Então, o indivíduo público dá lugar ao consumidor, e assim, o mundo criado pela mídia é uma esfera pública aparente, em que a prática jornalística está ligada a concorrência mercadológica, sofrendo interferência direta dos poderes econômicos e políticos. Conseqüentemente, os fatos de interesse público são, muitas vezes, contrários às expectativas e necessidades dos indivíduos (receptores).

Uma mídia com pressupostos no uso da razão comunicativa, valendo-se da Ética do Discurso de Habermas, possibilitaria o acesso à informação baseada em uma forma de racionalidade capaz de ajudar os indivíduos a encontrarem respostas intersubjetivamente válidas às perguntas cruciais de interesse público da sociedade, o que permitiria o consenso entre indivíduos na esfera pública. Com isso, o jornalismo recuperaria seu papel protagonista da comunidade de argumentação, como promotor do debate social e não mais atuaria no âmbito estatal e mercadológico.

Para Urqui (2005), a mídia se propõe em suas prerrogativas agir eticamente e de certa forma com validade conforme a ética discursiva, contudo são apenas pretensões.

A mídia, em princípio, propõe-se a atuar conforme os mesmos preceitos que norteiam a Ética do Discurso, sendo que o jornalismo, instância máxima das práticas midiáticas, reivindica para si o papel de instituição moral, responsável não só pela transparência dos preceitos éticos admitidos na sociedade, mas pela própria legitimação de tais valores. Quando textualiza a realidade, a mídia pretende que o acontecimento, transformado em notícia, seja pautado pela verdade, pelo compromisso social, exatidão e pela relevância pública, portanto, pela responsabilidade de informar com isenção e de garantir a liberdade de opinião. Um processo, aliás, fundamentado pelas dimensões discursiva e pragmática, logo, alimentado pelo mesmo fundamento teórico prático da Ética do Discurso. (URQUI, 2005, p. 09 – 10)



Com base nos pressupostos da ética discursiva habermasiana, para que o jornalismo seja uma estância de debate, amplie a esfera pública e torne possível o consenso, o jornalismo deve mostrar nas controvérsias o embate dos adversários sociais, permitindo que aja uma reflexão e a existência de situações dialógicas na esfera pública.

Do ponto de vista de práticas malsucedidas e certezas de ação abaladas, as argumentações divulgadas pela mídia procuram ter uma espécie de função reparadora. Isto explica por que os participantes da argumentação reconhecem não ter motivos para manter a atitude reflexiva, após o esgotamento de todas as objeções apresentadas, e se convencem da legitimidade de uma pretensão de verdade, compreendendo esta bem-sucedida desproblematização da discussão sobre a verdade como um sinal para retomar uma postura ingênua diante do mundo (HABERMAS, 2004, p. 50).

O jornalismo deve trazer informações de interesse público seguindo todas as pretensões de validade estipulados pela ética discursiva, contudo não podem ser argumentações que convençam ao participantes da argumentação da esfera pública de que não há mais nada a discutir entre eles com relação a uma determinada temática abordada. O esgotamento das objeções deve acontecer quando houver consenso entre todos os concernidos na esfera pública de debate.

Nesse sentido, baseado ainda na concepção deliberativa de democracia “as decisões que afetam o bem-estar de uma coletividade devem ser o resultado de um procedimento de deliberação livre e razoável entre cidadãos considerados iguais moral e politicamente” (BENHABIB, 1996, p. 69), o que significa que o jornalismo deve trazer informações de interesse público a esfera pública, mas o consenso deve acontecer por meio de uma situação dialógica entre a coletividade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O diálogo que estabelecemos com a teoria de Habermas nos permite apresentar algumas considerações em torno da compreensão do jornalismo enquanto promotor do debate social, que pode se orientar pelas interações lingüísticas. Como vimos, no paradigma da intersubjetividade, o entendimento exerce a função de coordenação das ações, de modo a proporcionar o consenso na esfera pública. Nessas condições, o papel do jornalismo é diminuir as desigualdades sociais entre interlocutores na esfera discursiva, ponto central na organização do discurso público não como retroalimentação



do poder político, mas como aporte de influência sobre o poder administrativo, pondo em causa a possibilidade de deliberação dos assuntos.

A proposta habermasiana da ética do discurso possui uma regra de argumentação que deriva do imperativo categórico kantiano, e se estabelece como uma regra argumentativa na qual todos os indivíduos capazes de agir comunicativamente e participantes do discurso prático devem seguir. Portanto, não basta para uma norma moral ser considerada existente para ser racional, mas que ela seja compreendida como correta. Assim, é perceptível que um jornalismo que não está comprometido com este questionamento de correção normativa não consegue superar os problemas aos quais está atrelado, permanecendo então, emaranhado a transmissão de mera facticidade.

No nosso entender, tais pressupostos, referentes a uma ação emancipatória possível, encontram nas interações lingüísticas uma saída possível para conflitos e contradições que desafiam a sociedade contemporânea. Uma mídia com base nessas prerrogativas, além dos pressupostos normativos e de validade, permite ainda a participação da coletividade no processo de construção de pautas, de forma que o conteúdo midiático veiculado seja realmente de interesse social, possibilitando situações dialógicas na esfera pública, gerando indivíduos mais reflexivos, críticos e ativos, com relação às questões que afligem a sociedade.

No contexto da ética do discurso, as produções jornalísticas devem contextualizar questões de interesse social por meio de eixos discursivos, ou enquadramentos, principais, e, esses enquadramentos devem articular argumentos e contra-argumentos, os quais diante de uma questão que afeta a coletividade, devem permitir que diferentes atores tentem estabelecer parâmetros de definição das principais linhas de um determinado tema ou conflito.

A ética discursiva contribui para o jornalismo quando este estiver voltado ao respeito mútuo, envolvendo a singularidade e a igualdade de todos os interlocutores, pois expor argumentos e pontos de vista que serão examinados pelo público exige respeito, reciprocidade e a postura de colocar-se no lugar do outro. Para isso, o discurso midiático deve permitir que todos sejam vistos como iguais e considerados como parceiros do diálogo possibilitando “os participantes a perceberem que pertencem a uma comunidade ilimitada de comunicação” (HABERMAS, 1990, p.98).

Com base nos critérios da ética do discurso, é fundamental que todos os interessados estejam representados proporcionalmente no debate, que aja possibilidade



de justificação e réplica, e que a situação dialógica envolva uma atitude de colocar-se no lugar do outro, descobrir quais são seus interesses e construir coisas em comum.

Esses critérios da ética discursiva podem ser adaptados à discussão na mídia, se essa ao veicular informações de interesse social permitir igual oportunidade para tópicos, idéias e argumentos gerando a representação discursiva, em que os grupos se achem representados nos discursos públicos via enquadramentos. Então, ao aplicarmos a ética discursiva ao campo midiático, as justificativas, argumentos e contra-argumentos precisam induzir a reflexão, ter um efeito iluminador e conectar a experiência particular de um grupo de forma a ampliar seus horizontes da ética à moral. Enquanto instância de debate, o jornalismo deve propiciar substratos sob o ponto de vista moral, identificando qual a regulamentação é igualmente boa para todos. O debate mediado deve articular suas explicitações sob a perspectiva da coletividade.

As contribuições de Habermas pode ser uma forma relevante de mostrar como é possível um sistema de mídia amparado pela ética do discurso, que se torna relevante não só para o fortalecimento dos mecanismos de validação e legitimação de regras, mas também para o estabelecimento da solidariedade entre indivíduos que buscam reconhecer-se mutuamente como parceiros dialógicos capazes de justificar racionalmente suas ações, suas necessidades e seus desejos. Um sistema de mídia baseado em uma ética de responsabilidade solidária.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BENHABIB, Seyla. **Toward a Deliberative Modelo of Democracy Legitimacy**. In: *Democracy and Diference: contesting the boundaries of the political*. New Jersey: Princeton University Press, 1996.

DUTRA, D.J.V. **Razão e Consenso em Consenso em Habermas**. A teoria discursiva da verdade, da moral, do direito e da Biotecnologia. Florianópolis: UFSC, 2005.

HABERMAS, Jurgen. **Conhecimento e Interesse**. Trad. José N. Heck, Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

_____. **Mudança estrutural da esfera pública**: Investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

_____. **Consciência moral e agir comunicativo**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1989.



____ **Pensamento Pós-Metafísico: estudos filosóficos.** Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1990.

____ **Faktizität und Geltung.** Frankfurt: Suhrkamp, 1992. 2v.

____ **A inclusão do outro: estudos de teoria política.** São Paulo: Loyola, 2002.

____ **A Constelação pós-nacional – Ensaios políticos.** Tradução: Márcio Seligmann-Silva. São Paulo: Editora Littera Mundi, 2001.

____ **Direito e Democracia – entre facticidade e validade,** 2ª edição, Biblioteca Tempo Brasileiro, Rio de Janeiro. 2003.

____ **Verdade e justificação.** São Paulo: Edições Loyola, 2004.

KARAM, Francisco José. **A Ética Jornalística e o Interesse Público.** São Paulo. Summus, 2004.

SIEBENEICHLER, F. B. **Jürgen Habermas: razão comunicativa e emancipação.** 3ª ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1994.

TRANSFERETTI, José Antônio (org.). **Filosofia, ética e mídia.** Campinas: Editora Alínea. 2007.

TREVISOL, Márcio G. **Filosofia da linguagem: alguns apontamentos sobre a racionalidade comunicativa** - Filosofia Contemporânea: ética, ciência e cultura/Marcelo José Doro, Leandro Carlos Ody (org.). Passo Fundo: Ed. Universidade de Passo Fundo, 2011.

URQUI, Vivian. **Interação Ético-Discursiva e Mídia.** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Uerj. 2005. Disponível em:
<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R2033-1.pdf>>. Acesso em 28 de Out. de 2011.