



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO TURISMO E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO E CULTURAS MIDIÁTICAS

GIOVANNI ALVES DUARTE DE SÁ

ETHOS, MÍDIA E DISCURSO POLÍTICO:
UMA ANÁLISE DAS NOÇÕES DE ÉTICA NOS JORNAIS CORREIO DA
PARAÍBA E JORNAL DA PARAÍBA NAS ELEIÇÕES ESTADUAIS DE 2014

JOÃO PESSOA
2016

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO TURISMO E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO E CULTURAS MIDIÁTICAS

GIOVANNI ALVES DUARTE DE SÁ

ETHOS, MÍDIA E DISCURSO POLÍTICO:

UMA ANÁLISE DAS NOÇÕES DE ÉTICA NOS JORNAIS CORREIO DA
PARAÍBA E JORNAL DE PARAÍBA NAS ELEIÇÕES ESTADUAIS DE 2014

Dissertação apresentada à banca
examinadora como requisito para a
obtenção do título de Mestre pelo
Programa de Pós-Graduação em
Comunicação e Culturas Midiáticas da
Universidade Federal da Paraíba.

Orientador: Prof. Dr. Wellington Pereira

JOÃO PESSOA
2016

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

Silve Sá, Giovanni Alves Duarte de.

Ethos, mídia e discurso político : uma análise das
noções de ética nos jornais Correio da Paraíba e Jornal
da Paraíba nas eleições estaduais de 2014 / Giovanni
Alves Duarte de Sá. - João Pessoa, 2016.
119 f.

Orientação: Wellington Pereira.
Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCTA.

1. Ética e jornalismo. 2. Discurso político. 3.
Ethos. I. Pereira, Wellington. II. Título.

UFPB/BC

CDU 17+070(043)



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO



ATA DE DEFESA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DO ALUNO
GIOVANNI ALVES DUARTE DE SÁ

Aos trinta dias do mês de agosto do ano de dois mil e dezesseis, às dez horas, realizou-se na Sala 111, do CCHLA, a sessão pública de defesa da Dissertação intitulada: "Ethos, mídia e discurso político: Uma análise das noções de ética nos jornais Correio da Paraíba e Jornal da Paraíba nas eleições estaduais de 2014", apresentada pelo aluno Giovanni Alves Duarte de Sá, Bacharel em Comunicação Social pela Universidade Federal da Paraíba, que concluiu os créditos exigidos para obtenção do título de MESTRE EM COMUNICAÇÃO, área de Concentração em Comunicação e Culturas Midiáticas, segundo encaminhamento do Prof. Dr. Marcel Vieira Barreto Silva, Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPB e segundo os registros constantes nos arquivos da Secretaria da Coordenação da Pós-Graduação. O Prof. Dr. Wellington José de Oliveira Pereira (PPGC/UFPB), na qualidade de orientador, presidiu a Banca Examinadora da qual fizeram parte os Professores Doutores Derval Gomes Golzio (PPGC/UFPB) e Hildeberto Barbosa de Araújo Filho (UFPB). Dando início aos trabalhos, o Senhor Presidente Prof. Dr. Wellington José de Oliveira Silva convidou os membros da Banca Examinadora para comporem a mesa. Em seguida foi concedida a palavra ao mestrando para apresentar uma síntese de sua Dissertação, após o que foi arguido pelos membros da Banca Examinadora. Encerrando os trabalhos de arguição, os examinadores deram o parecer final sobre a Dissertação, à qual foi atribuído o seguinte conceito: APROVADO. Proclamados os resultados pelo Prof. Dr. Wellington José de Oliveira Pereira, Presidente da Banca Examinadora, foram encerrados os trabalhos, e para constar eu, Prof. Dr. Wellington José de Oliveira Pereira (Secretário ad hoc) lavrei a presente ata que assino juntamente com os demais membros da Banca Examinadora. João Pessoa, 30 de agosto de 2016.


Prof. Dr. Hildeberto Barbosa de Araújo Filho


Prof. Dr. Derval Gomes Golzio


Prof. Dr. Wellington José de Oliveira Pereira
Presidente da Banca

AGRADECIMENTOS

Ao legado de educação oferecido por Fátima e Giovanni, tutores terrenos, meus pais que nunca ensinaram a desistir diante desafios que valham à pena serem vivenciados. À Andréa, companheira de jornada, e a minha filha Pietra Luiza, pela paciência. Ao afeto, inspiração e entusiasmo compartilhados com o amigo e professor Wellington Pereira, dentro e fora da universidade. Despertou em mim a intuição para a investigação filosófica e sociológica mudando a maneira como enxergo a vida. À Capes pelo apoio indispensável. Ao bom *daemon* pela força de sempre. Evoé!

RESUMO

Este trabalho visa apresentar como os principais jornais paraibanos constroem a noção de ética na política, levando em conta a ideia construtivista da realidade no jornalismo. Buscamos analisar, neste sentido, a cobertura política no Estado a partir do noticiário político dos jornais Correio da Paraíba e Jornal da Paraíba num cenário de fortes tensões que foram as eleições 2014 ao governo estadual. Observamos com apoio da fenomenologia de Alfred Schutz, o discurso dos candidatos e suas estratégias pela projeção imagética de um *ethos* político visando o convencimento do eleitorado e o descredenciamento dos adversários. A escolha pelo estudo do discurso político a partir do caderno de política dos jornais é proposta pela identificação da forma direcionada dos debates enquadrados neste formato, com uma maior exposição do perfil dos candidatos e de suas posturas colocadas em debate no âmbito da ética. Para chegarmos à análise em questão, nos dedicamos a examinar os componentes da eticidade como interpretada por Aristóteles, Kant e Max Weber, a forma como o discurso político é permeado pelos aspectos socioculturais, as características e estratégias da construção do *ethos* e as perspectivas que englobam o imaginário sobre a ética na política. O estudo desses temas se justifica por entendermos a prática jornalística conduzida a partir de técnicas, gêneros e normas de produção de notícias quando reproduz e, ao mesmo tempo, reelabora os sentidos dos discursos criando novas significações muitas vezes submersas numa representação aparente. Nessa perspectiva, recorreremos à Análise de Discurso para compreender como se deu a construção dos cenários ético-discursivos no noticiário. Foram coletadas, ao todo 24 notícias, sendo 13 do Correio da Paraíba e 11 do Jornal da Paraíba no período de julho a setembro de 2014. Levamos em consideração a incidência das falas dos principais candidatos das eleições, Ricardo Coutinho (PSB) e Cássio Cunha Lima (PSDB) tendo em vista a importância delas para a análise. De posse dessas informações, oferecemos um trabalho que investiga quais sentidos de ética permearam os discursos políticos nos jornais paraibanos ao longo do período em questão tendo em vista a ética da virtude em Aristóteles, do *dever* em Kant e da vocação em Weber.

Palavras-chave: Discurso político. Ética. Ethos. Jornalismo.

ABSTRACT

This paper presents as the main paraibanos newspapers construct the notion of ethics in politics, taking into account the constructivist idea of reality in journalism. We analyze in this sense, the political coverage in the state from the political news of the newspaper Correio da Paraíba and Jornal da Paraíba on a strong stress scenario were the elections in 2014 the state government. We note with support from the phenomenology of Alfred Schutz, the speech of candidates and their strategies for imagery projection of a political ethos aimed at convincing the electorate and discredit opponents. The choice for the study of political discourse from the political book of newspapers is proposed for the identification of targeted form of debates framed in this format, with a greater exposure of the candidates and their positions placed under discussion in ethics. So to get the analysis in question, we are dedicated to examine the ethics of components as interpreted by Aristotle, Kant and Max Weber, the way the political discourse is permeated by sociocultural aspects, features and ethos construction of strategies and perspectives that encompass the imagery of ethics in politics. The study of these subjects is justified by understanding the journalistic practice conducted from techniques, genres and news production standards when playing and at the same time, reworks the senses of speeches creating new meanings often submerged in an apparent representation. From this perspective, we used the methodological basis of Discourse Analysis to understand how was the construction of the ethical-discursive scenarios in political news. For the development of this work were collected in all 25 news, sit 13 Correio da Paraíba and Paraíba Journal of 12 in the period from July to September 2014. We take into account the impact of the speeches of the main candidates of the elections, Ricardo Coutinho (PSB) and Cássio Cunha Lima (PSDB) in view of their importance for the analysis. With this information, we offer a work investigating which ethical way permeated the political discourse in paraibanos newspapers over the period in question with a view to virtue ethics in Aristotle, the duty in Kant and vocation in Weber.

Keywords: political discourse. Ethic. Ethos. Journalism.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1 – Ethos de ataque 124

Quadro2 – Ethos defesa..... 125

LISTA DE SIGLAS

PMDB – Partido do Movimento Democrático Brasileiro

PT – Partido dos Trabalhadores

PSB – Partido Socialista Brasileiro

PSDB – Partido da Social Democracia Brasileira

FAC – Fundação de Ação Comunitária

Sumário

INTRODUÇÃO	10
CAMINHO METODOLÓGICO.....	13
Recorte do objeto	15
Ferramenta de análise.....	16
1 LOCALIZANDO O OBJETO: SOBRE ÉTICA, <i>ETHOS</i> E MÍDIA	19
1.1 Ética e moral	19
1.2 A ÉTICA DA VIRTUDE EM ARISTÓTELES	21
1.2.1 Sobre a virtude	21
1.3.1 O TRABALHO NA ÉTICA GREGA.....	24
1.3.2 A ÉTICA DO DEVER EM KANT.....	26
1.3.1 Moderna noção de trabalho	27
1.3.2 A dignidade moral.....	27
1.3.3 O <i>dever</i> e os imperativos	30
1.4 A ÉTICA DA VOCAÇÃO EM WEBER	32
1.4.1 Responsabilidade e convicção em Weber	34
1.5 REFLEXÕES DEONTOLÓGICAS.....	35
1.5.1 Uma introdução crítica	35
1.5.2 Deontologia, ética e mídia	37
1.6 CONSIDERAÇÕES ÉTICO-MIDIÁTICAS.....	39
1.6.1 Ethos e construção da realidade	40
1.6.2 O <i>ethos</i> retórico	42
1.6.3 O habitus e o ethos social	44
1.6.4 O <i>ethos</i> político	46
2 ÉTICA E POLÍTICA: UMA RELAÇÃO ANTINÔMICA?	49
2.1 PARA COMPREENDER O DISCURSO POLÍTICO.....	54
2.1.1 Breve incursão na noção de cultura política.....	54
2.1.2 Discurso político: imaginários e estratégias.....	55
2.1.3 Teatrocracia e imaginário	58
2.1.4 Imaginários de verdade.....	62
2.1.5 Aspectos do imaginário político na Paraíba	65
2.2 ÉTICA, MÍDIA E DISCURSO POLÍTICO.....	68
2.2.1 Dois lados da moeda.....	68
2.2.2 Ética e jornalismo político	72
2.2.3 Crise moral da notícia.....	75
2.3 ÉTICA, COTIDIANO E JORNALISMO.....	78
3 AS ELEIÇÕES ESTADUAIS DE 2014 E A CONSTRUÇÃO DAS NOÇÕES DE ÉTICA NOS JORNAIS	81

3.1 CONTEXTUALIZANDO AS ELEIÇÕES ESTADUAIS DE 2014	81
3.2 A ÉTICA INSCRITA NOS PERIÓDICOS PARAIBANOS.....	84
3.2.1 O trabalho versus a vontade	84
3.2.2 O caráter versus a experiência	91
3.2.3 O moderno versus o antigo.....	98
3.2.4 Ética política versus a moralidade jurídica	103
3.2.5 Quadros de referência dos discursos sobre ética	108
CONSIDERAÇÕES FINAIS	112
REFERÊNCIAS.....	114

INTRODUÇÃO

O discurso sobre ética na política tem servido de base para estimular um controverso debate na agenda midiática, fato que ainda parecem opacas as interpretações e os anseios que os termos ética ou moral podem evocar. Um fato é que, no atual contexto político brasileiro, falar em ética correlacionada com a política faz surgir a impressão de que estes dois conceitos se tornaram dicotômicos diante o grau de aparelhamento do Estado no âmbito político, especialmente, visando o cenário de eleições. Neste contexto, a cobertura política de eventos eleitorais sugere, do ponto de vista de um veículo como o jornal impresso, mostrar os fatos aos leitores/eleitores evidenciando sentidos em que os candidatos são expostos mediante a construção de um *ethos*.

Compreender a noção de *ethos* como mecanismo do discurso político para chegar a um fim, no caso o poder, é entender que a ética está intrínseca ao processo político a qual serve de bússola comportamental de convivência prática na construção e desconstrução de imagens, discursos e identidades perante os eleitores. O debate sobre a ética a partir dos códigos da imprensa pode ser norteador de caminhos rumo ao aprimoramento social, especialmente, através da intensa batalha de sentidos e representações próprias do jornalismo político, o qual compartilha visões de mundo e valores morais capazes de afetar e influenciar uma campanha eleitoral.

Nesta análise, o discurso político enquadrado na plataforma dos jornais traz consigo, implicitamente, uma rica base filosófica, histórica e social que transforma um conceito aparentemente engessado, num mosaico de perspectivas referentes à ação política. É dessa possibilidade de ressignificação que trata esta dissertação. Nos propomos a trabalhar como as variadas noções sobre ética se apresentam no contato com o discurso político dos candidatos dentro dos jornais paraibanos, sendo este o nosso objetivo principal.

A partir daí, entram em campo os nossos objetivos específicos no sentido de identificar as bases filosóficas que permearam o comportamento moral dos candidatos, bem como a relação entre mídia, ética e discurso político. Faremos uma reflexão sobre o imaginário de verdade presente nas falas dos candidatos e as estratégias de construção do *ethos* político enquanto ferramenta que forja tipos ideais de liderança. E debatemos também sobre o papel ético da imprensa diante estes jogos de imagens e discursos.

A justificativa para este trabalho está na tentativa de identificar e analisar caracterizações sociais e paradigmas morais presentes no cotidiano construído pela imprensa sabendo da importância da mídia para auxiliar na tomada de decisões da população, especialmente, num contexto de campanha política. Reconhecemos que os jornais podem contribuir para influenciar na opinião do eleitorado, especialmente, quando ajudam a construir um imaginário de valores sobre os candidatos sugerindo como os leitores devem enxergar tais simulacros discursivos. Isso nos leva a refletir sobre o poder da mídia na legitimação de máscaras sociais.

A construção social da realidade, a partir da visão da imprensa, passa também pelo repertório cultural e subjetivo dos jornalistas e das regras editoriais próprias de cada empresa de comunicação. É fato que os conglomerados midiáticos levam em conta não só as condicionantes técnicas para criar seu *ethos*, já que as influências políticas e econômicas na hora de noticiar e agendar opinião pública também interferem fortemente na postura editorial do veículo. Por isso se faz importante refletir como se dá esse processo de construção do *ethos* midiático enquanto mecanismo de representação da vida cotidiana, bem como suas estratégias de enquadramento e montagem de máscaras sociais. Charaudeau (2013, p.7) reflete que, no discurso político a noção de máscara atua quando simula a realidade fornecendo “uma imagem diversa da que está escondida, sendo símbolo da identificação a ponto de nela se confundirem o ser e o parecer”.

É, pois, na máscara presente na construção do *ethos* político que se encontram as estratégias implícitas de construção de imaginários durante uma eleição. A estrutura desta dissertação terá três partes: a primeira nos leva a trilhar um percurso metodológico iniciando pela observação do objeto à luz dos preceitos fenomenológicos.

Com esse intuito, iremos recorrer às ideias de Schutz trabalhadas por Correia (2005) e Pereira (2007) a respeito da observação do cotidiano e sua relação com o jornalismo. A partir dessa escolha, realizamos o recorte do objeto, dando início ao segundo momento do processo metodológico fazendo isso por meio da clipagem das notícias publicadas entre julho e setembro de 2014 identificando o discurso direto dos candidatos e os enquadramentos impostos pela linha editorial de cada jornal.

Com isso, analisamos as matérias em que não só os candidatos se pronunciam a respeito de suas concepções de ética e moral como também o próprio veículo, ou de temas que estejam diretamente relacionados a uma postura de eticidade. A pesquisa propõe demonstrar como o objeto, por meio da fenomenologia, se apresentar sem seu estado mais puro, isto é, sem marcas enviesadas e *à priori* interpretativos.

Para isso, destrinchamos o conceito de ética buscando amparo, primeiramente, no legado filosófico e sociológico de três grandes pensadores: Aristóteles, Kant e Max Weber. Eles vão nos guiar na compreensão do ato moral durante o fazer político, apontando seus objetivos e sentidos. Nossa preocupação, além de nos localizar em relação à amplitude do conceito, é estimular a reflexão em torno da atualidade dessas ideias. Seja na ética como virtude, em Aristóteles, ou fundamentada na vocação, debatida por Weber, ou ainda centrada no *dever*, em Kant, todas essas percepções continuam incrivelmente atualizadas nos dias de hoje, o que nos orienta para o caráter dinâmico deste conceito.

Da mesma forma, buscamos entender o caráter discursivo, social e político presente no conceito de *ethos*, visto enquanto ferramenta de formação de caráter e consolidação de costumes (*habitus*). Refletimos também nesse percurso sobre a relação da construção do *ethos* na mídia indo para além do discurso político, refletindo sobre o papel do jornalismo nesse contexto e como este ofício pode se valer da estratégia de fundação de um *ethos* editorial para interferir no cotidiano dos seus leitores.

Na segunda parte do trabalho, iniciamos a discussão em torno da ética e sua relação com a noção de cultura política na contemporaneidade com base nas discussões de Balandier (1982), Bernstein (1999) e Rosanvalon (2010). A partir deles, mostramos a relação entre ética, história e cultura, bem como o fenômeno da “teatrocracia” presente no cerne do discurso político centrado no jogo de máscaras sociais. Para isso, buscamos também o auxílio de Patrick Charaudeau (2013) que reflete sobre algumas das estratégias do discurso político e nos ajuda a entender, de forma breve, a relação entre o discurso político e o imaginário.

Discutimos ainda no segundo capítulo o imaginário político na Paraíba e sua confluência com processos sociais como o coronelismo, o mandonismo e o clientelismo. E posteriormente a imbricação entre ética, mídia, jornalismo político e eleições recorrendo às reflexões de Sodré (2002) Rubim (2001) e Lima (2006), Miguel (2000), Aldé (2007) identificando como o jornalismo pode ser influenciado pelo jogo político e quais implicações isso pode acarretar para a notícia. Localizamos ainda, nesse contexto, a relação entre ética, cotidiano e a construção da realidade no jornalismo.

A terceira e última parte da pesquisa é dedicada à análise dos jornais Correio da Paraíba e Jornal da Paraíba, onde fazemos inicialmente uma contextualização das eleições estaduais de 2014 com a intenção de localizar o objeto naquele contexto. Investigamos, posteriormente, a relação entre as noções de ética nos jornais paraibanos com base em

quatro perspectivas de análise: o trabalho versus a vontade; o caráter versus a experiência; o moderno versus o antigo; a ética na política versus a moralidade jurídica.

Em seguida, apresentamos um quadro de referência da produção de sentido sobre a ética com base em “batalhas” de correntes filosóficas relacionadas com os discursos dos candidatos ao cargo de governador da Paraíba em 2014, Ricardo Coutinho (PSB) e Cássio Cunha (PSDB). Por fim, traçamos um apanhado sensível sobre os rumos da pesquisa com as considerações finais e sua contribuição para o campo científico, expondo de forma concisa as conexões compreendidas sobre quais as noções de ética na política permearam o discurso dos jornais paraibanos nas eleições estaduais de 2014 e de que forma se deu essa construção simbólica.

CAMINHO METODOLÓGICO

A metodologia desta pesquisa se divide em três partes: a primeira delas destinada à necessidade de observação do objeto à luz dos preceitos fenomenológicos. Com esse intuito, recorreremos às ideias de Alfred Schutz trabalhadas por Correia (2005) e Pereira (2007) a respeito da observação do cotidiano e sua relação com o estudo do jornalismo. A segunda parte é discutida a partir dos recortes dos jornais, mediante a observação dos discursos dos candidatos presentes no gênero notícia selecionados no período de julho a setembro de 2014. Na terceira e última etapa, demonstraremos o auxílio encontrado junto à Análise do Discurso como ferramenta de interpretação dos sentidos presentes nos jornais paraibanos.

A pesquisa pretende utilizar a metodologia schtziana por entendê-la como um caminho que estimula o trabalho intuitivo do pesquisador. A partir deste método de abordagem pretendemos diminuir o engessamento epistemológico, evitando conferir às matérias dos jornais uma visão apriorística, preconcebida e antecipada do objeto. “A fenomenologia (...) só visa o dado, sem querer decidir se esse dado é uma realidade ou aparência. Limita-se aos aspectos essenciais e intrínsecos do fenômeno, sem lançar mão de deduções ou empirismos, buscando compreendê-lo por meio da intuição” (PRODANOV e FREITAS, 2013, p. 36).

A Fenomenologia, como resume Pereira (2014), nos orienta ao “retorno” às coisas como elas são. Ou seja, evita enquadrarmos o nosso objeto em modelos hermenêuticos já prontos e que recrudescem o poder de investigação. Desse modo, o método fenomenológico orienta o pesquisador a deixar que o próprio objeto mostre suas

características mais evidentes. É através dessa análise epidérmica que o fato social apresenta as suas inclinações mais profundas. Ou seja, a fenomenologia é uma abordagem que fornece um olhar que descortina a realidade a partir da forma mais aparente em que ela se apresenta.

Entender a abordagem fenomenológica aplicada às análises de comunicação através do jornalismo é refletir sobre as possibilidades de decifrar a subjetividade do discurso da imprensa, pois o jornalismo compartilha visões de mundo que forjam um mosaico de representações da realidade. Neste sentido, Charaudeau (2013, p.47) nos ajuda a compreender a notícia como representação social que trabalha com imagens mentais transpostas em discurso. Ela nos fornece uma versão do cotidiano como se fosse a própria realidade, o que nos aponta “para um desejo social que produz normas e revelam sistemas de valores”.

Esse entendimento nos leva à construção de um mundo possível através de narrativas e revela a importância de compreendermos a contribuição dessa prática nos jornais por meio da abordagem fenomenológica. As notícias verificadas nesta pesquisa são, portanto, representações que atribuem valores a cada contexto social publicado, numa produção de sentido bem específica sobre a abordagem dos fatos em questão. “A tradição fenomenológica defende que análise da vida cotidiana deve se abster de toda hipótese causal e genérica. Essa visão dá aos atores o ponto de partida da observação” (TEDESCO, 1999, p.40). A fenomenologia, a partir daí, valoriza a interpretação da vida cotidiana pelos homens, pois são essas atribuições de valores que dão coerência ao mundo da vida.

Na análise de comunicação, a percepção fenomenológica ajuda a captar aspectos subjetivos no dia a dia das relações sociais e a compreender os sentidos atribuídos a esses comportamentos. Essa ideia repousa na reflexão de que, sobre toda ação humana, existe um repertório de informações depositadas por outras pessoas durante o convívio social e que se revelam inacabadas para interpretar o mundo em sua totalidade, o que fornece sempre margem a um novo olhar sobre o mundo da vida.

Neste sentido, Tedesco (1999, p.40) lembra que Schutz acreditava na ideia “de que a linguagem cotidiana esconde uma riqueza de visões tipificadas e previamente construídas, já elaboradas nas ações mais ordinárias e que guardam conteúdos inexplorados”. Ou seja, este método ajudar a entender como informações socialmente determinadas se reconfiguram a partir da interpretação de um outro olhar. É a partir daí que buscamos compreender essas informações sob o viés da comunicação. Assim, a teoria

da comunicação de Schutz perpassa o campo da decifração de informações e experiências submersas nas profundezas aparentes das relações humanas e que pode ser transmitido para o próximo, a fim de compor um arcabouço de conhecimento cultivado por cada indivíduo.

Recorte do objeto

A partir dessa escolha, realizamos o recorte do objeto mediante a clipagem de matérias publicadas entre julho e setembro de 2014, período que marcou o início e o término do primeiro turno do processo eleitoral na Paraíba. A opção por este feixe temporal se justifica pela importância que os jornais assumiram durante este período inaugurando as primeiras estratégias ético-discursivas dos candidatos, que praticamente repetiram as mesmas táticas discursivas de ataque e defesa no segundo turno da campanha, ou seja, remodelando a estratégia evidenciada nos três primeiros meses das eleições.

Para esta análise, restringimos a coleta de discursos veiculados no gênero notícia no caderno de política nos dois principais jornais da Paraíba, sendo eles Correio e Jornal da Paraíba. De cada um, foi selecionado um número diferente de matérias, sendo 11 do Jornal da Paraíba e 13 do Correio, dando um total de 24 análises. Essa diferença se explica pela quantidade de matérias que se encaixaram nos critérios estabelecidos pela pesquisa que levou em conta: primeiramente, matérias que contivessem o discurso direto dos candidatos e matérias que faziam referência ao comportamento ético de Cássio e Ricardo, independente do registro de suas falas no jornal.

Com isso, pudemos analisar um outro fenômeno: matérias em que o próprio veículo de imprensa pautou o comportamento ético dos candidatos, sugerindo caminhos moralmente aceitos por códigos jurídicos e sociais, o que nos ajudou a perceber também um comportamento editorial de cada jornal diante a questão. Após selecionadas, as matérias foram investigadas com base nas noções de éticas presentes nas reflexões de Aristóteles, Kant e Max Weber com o objetivo de perceber em que contexto filosófico cada um dos discursos se encaixou.

Também recorremos à compreensão do *ethos* político de cada candidato com base na classificação proposta por Patrick Charaudeau (2013), que buscou identificar os tipos de imagem que os contextos políticos emanam com base na construção de perfis de “seriedade”, “virtude”, “competência”. “potência”, “caráter”, “inteligência”,

“humanidade”, “chefia” e “solidariedade”. Cada um destes *ethos* sugerem valores que ajudam a forjar a imagem do candidato na imprensa.

O motivo de analisarmos especificamente o período eleitoral de 2014 se justifica pela importância que este embate representou para a reorganização de forças ideológicas no Estado, fato que pode marcar profundamente a cultura política na Paraíba nos próximos anos. As transformações conjunturais também se refletem na ética enquanto mecanismo de aprimoramento político entre os cidadãos e as instituições. Nesse sentido, ficou evidente que nossa percepção se debruçou em verificar de perto as nuances do conceito de ética e como os meios de comunicação paraibanos construíram suas próprias noções ético-narrativas durante a campanha de 2014.

Ferramenta de análise

Esclarecido a opção pelo período e como foi feita a seleção de notícias verificadas, falaremos da ferramenta que utilizamos neste trabalho que buscou um viés qualitativo de interpretação. A Análise de Discurso (AD) de vertente francesa nos serviu de método para a pesquisa do texto jornalístico centrada no estudo dos sentidos jornalísticos, perspectiva que visualiza a estrutura dos discursos compreendendo que o seu significado resulta de uma conjunção de forças ideológicas, fruto de um processo histórico e marcados pela exterioridade do discurso.

Importa compreender que existe uma exterioridade que não apenas repercute no texto, mas de fato o constitui e não pode ser dele apartada. (...) o primeiro passo é enxergar a existência (apenas operacional e pragmática) de duas camadas: a primeira, a mais visível, é a camada discursiva; a segunda, só evidente quando aplicamos o método, é a camada ideológica (BENETTI, 2007, p. 111).

Desse modo, é possível entender que o discurso fundado no jornalismo é perpassado por uma série de condicionantes implícitas na sua estrutura que remontam a outras épocas, outros discursos, que reaparecem no cotidiano dos jornais, mas reatualizados simbolicamente. Essa é uma concepção própria da AD, a qual defende que nenhum enunciado é neutro, ou seja, está sempre perpassado pela ideologia. Segundo José Luiz Fiorin (2012), a escritura do jornalismo trata dos objetos do real apoiando-se num sistema de referência em que se pretende camuflar a subjetividade dos enunciados a partir de uma estratégia própria da criação da linguagem. E o método de análise discursiva ajuda o pesquisador na identificação desses vestígios.

Ao afirmar ‘efeito de sentido de objetividade’ o que se pretende é desvelar que essa objetividade é uma criação da linguagem. Os jornalistas apregoam que seu discurso é objetivo e neutro. Não há objetividade e neutralidade no discurso porque, mesmo quando se cria um efeito de objetividade, o ponto de vista do sujeito vai estar marcado por substantivos, adjetivos, etc. (FIORIN, 2012, p. 58).

Nesta perspectiva, AD fornece mecanismos ao pesquisador para entender criticamente os enunciados do jornalismo, a partir de um ponto de vista construtivista da realidade em que é possível entender que o real discursivo impresso nos jornais é um real construído a partir de uma prática social e de produção. Por isso, para Charaudeau (2013, p. 131), “não há captura da realidade empírica que não passe pelo filtro de um ponto de vista particular, o qual constrói um objeto particular que é dado como fragmento do real”.

O texto objetivo é, por tanto, apenas uma intenção do jornalista, restando-lhe elaborar um que, no máximo, direcione a leitura para um determinado sentido. Neste sentido, segundo Benetti (2012), a análise de discurso pode ser considerada bastante frutífera como método para impulsionar dois tipos de investigação do texto jornalístico: a identificação dos sentidos do texto e o mapeamento de vozes.

Ainda, como nos traz Milton José Pinto (2002, p. 27), “a análise discursiva não se interessa tanto pelo que diz e mostra o texto, mas como e por que o diz e mostra”, ou seja, está empenhada mais pelos modos de dizer. Consideremos, pois, nesta pesquisa tanto o aparato linguístico, isto é, a parte gramatical da língua resultante da nomeação dos objetos, as palavras e a frase, como outros aspectos externos que compõem primordialmente a base de uma abordagem discursiva, como os condicionantes históricos, sociais, culturais e ideológicos.

Um conceito importante para se compreender esses fatores é a historicidade. Segundo Orlandi (2013, p.68), pensar este conceito é refletir sobre a historicidade do texto, não a história refletida dentro dele. “O que chamamos de historicidade é o acontecimento do texto como discurso, os sentidos dentro dele. (...) Não vemos nos textos os ‘conteúdos’ da história. Eles são tomados como discurso, em cuja materialidade está inscrita a relação com a exterioridade.” Ainda, conforme Orlandi (2013, p.69), o texto representa o vestígio primordial dessa materialidade, que se forja, através da historicidade, numa unidade dotada de sentido sobre o fato analisado. Nesse sentido, a AD considera “o texto não apenas como um ‘dado’ linguístico, mas com o ‘fato’ discursivo”.

Milton José Pinto (2002) ensina que o pesquisador deve dar atenção especial à “textura” dos textos apenas como ponto de partida, especialmente, no nível linguístico, pois são nas epidermes das narrativas que podem ser encontradas pistas ou marcas deixadas pelos processos sociais de produção de sentido. Esse entendimento foi crucial para acompanharmos a construção do modelo de ética enunciado pelos jornais paraibanos, porque o trabalho foca, principalmente, nos sentidos presentes nas aspas textuais dos candidatos.

Trazendo uma reflexão de Maingueneau (1997, p.91) para o contexto do jornalismo, ele reflete que o valor semântico das aspas é de grande importância para a AD por dois fatores: o caráter de imprevisibilidade e a carga implícita que elas carregam. Segundo Maingueneau, as aspas por mais objetivas que pareçam abordam o nível do implícito. “Colocar entre aspas não quer dizer que certos termos são mantidos à distância, é sim mantê-los à distância, e realizando este ato, simular que é legítimo fazê-lo”.

Então, esse entendimento é importante porque afeta diretamente a ideia de objetividade jornalística e denuncia uma estratégia discursiva onde a intenção do autor não é explícita, mas acaba se inscrevendo nos fios do discurso por fazer parte de um conjunto de sentidos, os quais iremos nos debruçar neste trabalho.

1 LOCALIZANDO O OBJETO: SOBRE ÉTICA, *ETHOS* E MÍDIA

O primeiro capítulo da dissertação se debruça na localização do objeto de pesquisa, onde pretendemos discutir, inicialmente, o conceito de ética apresentando um panorama conceitual e filosófico acerca do termo com base na noção de ética ao longo da história da humanidade. A partir daí pretendemos discuti-la com base nos referenciais teóricos propostos trabalhando, depois, uma análise crítica da ética enquanto deontologia e considerações sobre a noção de *ethos*, algumas de suas características e sua relação com a mídia e a construção da realidade através dos meios de comunicação.

Fundamentamos a pesquisa com base, primeiramente, nas reflexões de Aristóteles (384 a.C. - 322 a.c) e Kant (1740-1804 d.C) por serem eles os pensadores basilares do conceito sobre ética na história filosófica. O primeiro influenciou o pensamento humano durante a Antiguidade Clássica. O segundo, por sua vez, reverteu o cânone aristotélico, dividindo praticamente o que seria o comportamento humano antes e depois dele, considerando que a visão kantiana da vida é vista como pilar do moderno pensamento ocidental. Por sua vez, Max Weber (1864-1920 d.c) nos aparece com contribuições que relativizam os pilares kantianos aplicando-os diretamente às ações políticas, de Estado e seus atores, sendo a partir dele que entramos no meandro da política, propriamente dita, especialmente, quando reflete sobre a constituição do líder carismático.

Nosso propósito, dessa forma, além de nos situar em relação à amplitude do conceito, é fomentar uma reflexão em torno da atualidade dessas reflexões que, mesmo diferentes entre si, geram novas possibilidades de explicação nos dias de hoje. Apresentar este mosaico de concepções onde éticas foram debatidas, rejeitadas e aclamadas durante o seu percurso histórico-filosófico é refletir acerca da aplicabilidade do conceito nas ações práticas do dia a dia diante o constante nascimento, morte e ressurreição, ao longo da história, das nossas próprias maneiras de enxergar o mundo, perceber os outros e também a nós mesmos.

1.1 Ética e moral

“Ético” vem do grego *ethos*, que se tornou *ethica* em latim. Em grego significa “costume” e também “caráter”, dependendo da maneira em que a palavra for pronunciada naquele idioma. Como traz Caio Túlio Costa (2013), a ética é considerada uma ciência da conduta, pois trata dos conceitos que envolvem o raciocínio prático, como o bem, a ação correta, o dever, a obrigação, a virtude, a liberdade, a racionalidade e,

essencialmente, a escolha. É a ética, pois, que estuda a moral. O termo vem do latim, *moralis*, *moris*, que também se refere aos costumes dos homens, ou seja, sobre as nossas formas de agir e pensar.

No entanto, “a moral em geral é restringida a sistemas como o de Kant – que se baseia em noções de dever, obrigação e princípios de conduta, enquanto a ética se limita ao raciocínio prático” (COSTA, 2009, p. 20). Neste sentido, a moral estaria dentro dos estudos da ética suspensa num mundo de normas coletivas, passando a ser percebida como um sistema de regras comuns a todos os homens, sendo a ética aplicada à nossa individualidade.

É com base nessa subjetividade moral, como nos traz Chauí (2006, p. 306), que nossa existência ética se define por meio de sentimentos e ações que dependem de nós mesmos e que “nascem de nossa capacidade de avaliar” determinada situação que a vida nos apresenta e onde não somos influenciados ou obrigados pelos outros. Esta noção fortalece o entendimento da ética enquanto formadora de um senso moral prático e uma consciência moral intersubjetiva.

Ou seja, que envolve a nossa própria visão de mundo perante os problemas da vida, nos ajudando, como explana Chauí (2006), a decidir sobre assuntos relacionados a valores pessoais aplicados ao dia a dia, avaliando sentimentos e ações sobre bem e mal, desde à noção íntima de felicidade até o exercício da liberdade.

Mas, por sua vez, somos também, influenciados por valores impostos socialmente, ou seja, por um juízo de valor coletivo, mantenedor das ações sociais que oferecem uma espécie de guia moral para que consigamos viver bem entre si e respeitando a existência ética de cada um. São estes juízos normativos, como explica Chauí, que dizem como devem ser os bons sentimentos praticados em sociedade, influenciando o nosso comportamento. “São por isso, juízos que enunciam obrigações e avaliam intenções e ações segundo o critério do correto e do incorreto. (...) dizem o que são o bem, o mal, a liberdade e a felicidade” (CHAUÍ, 2006, p. 307).

A moral estaria, portanto, dentro dos estudos da ética suspensa num mundo de normas, passando a ser percebida como um sistema de regras comuns. Dessa maneira, a ética então se colou à aplicação das regras a cada individualidade. “Com o passar do tempo, e a vulgarização empregada pelo senso comum, é possível entender em que medida ética se diferencia da moral. A primeira se amalgamou à questão particular, privada, e a segunda à questão pública, universal” (COSTA, 2009, p.20).

Apesar dessa diferenciação, existem pensadores como Hegel (COSTA, 2009) que encaram a eticidade e a moralidade como conceitos sinônimos. Nosso objetivo aqui não é entrar nessa discussão, principalmente, porque ética e moral ganharam significados complementares, do ponto de vista funcional. No entanto, iremos levar em conta em nossa análise tanto questões éticas como morais presentes nos discursos dos candidatos, pois os conceitos têm relação justamente com a construção do *ethos* político, mediante a exposição de juízos de valor dos candidatos no âmbito público. Mas onde queremos chegar com essa discussão? Nossa intenção, na verdade, a partir dessa explanação, é preparar os leitores para as diversas interpretações filosóficas, ao longo da história, que tentaram dar conta da existência ética e moral do homem desde à Antiguidade Clássica até a Modernidade e a pós-modernidade.

O objetivo, com isso, é mostrar como a noção de ética na política pode ser interpretada com base não num sentido engessado socialmente, mas, pelo contrário, que encontra guarida filosófica em muitas interpretações de nossas ações diárias. É a partir daí que enveredamos numa viagem instigante trazendo um breve panorama histórico da ética e alguns de seus principais pensadores, onde começamos há muito tempo atrás, batendo na porta dos filósofos gregos.

1.2 A ÉTICA DA VIRTUDE EM ARISTÓTELES

A ética aristotélica está ligada intimamente à ideia de “cosmos” (que em grego quer dizer harmonia). Este pensador encara o universo de forma ordenada e em harmônica, baseado numa lógica natural das coisas, onde cada homem e cada coisa existe para uma finalidade na vida, isto é, para cumprir uma função no universo. Em sua obra *Ética à Nicômaco*, Aristóteles encara que a força ordenadora da natureza em nossas vidas nos ajuda a encontrar a razão pela qual existimos virtuosamente.

1.2.1 Sobre a virtude

Neste sentido, cada ser humano nasce com aptidões para assumir um lugar no mundo, isto é, agindo em função de uma atividade a qual a força da Natureza nos reservou cabendo a nós, guiados pela razão, escolher, conscientemente, seguir ou rejeitar o “chamado cósmico”. Seria este, pois, o caminho para sermos realmente felizes. Renegar aquilo para o que nascemos, na visão de Aristóteles, é renegar uma vida ética, virtuosa e plena, vendo que só dessa maneira o universo pode entrar realmente em harmonia.

“Assim como não se poderia, sem danos, trocar um fígado por um rim, cada um, no espaço social, deve encontrar seu lugar e se manter nele, sem o que o juiz deverá intervir para restabelecer a ordem harmoniosa do mundo (FERRY, 2006, p. 89). Nesta perspectiva, o pensador diz que a função do homem dentro desse jogo cósmico é pautar-se na busca da razão e viver de acordo com esse princípio em busca da felicidade. “Em outras palavras, quando o curso de uma realidade segue leis universais não há porque nem deliberar e escolher pois as coisas acontecerão tais como as leis que as regem determinam que devam acontecer (CHAUÍ, 2006, p. 312).

O filósofo reconhece, no entanto, que os homens são superiores e inferiores entre si, ou seja, cada um apresenta qualidades diferentes para executar a mesma coisa, por exemplo. Neste sentido, ao longo de nossas vidas, vivemos oportunidades para que possamos descobrir onde nos “encaixamos” no ordenamento universal, por meio de uma finalidade.

Para Aristóteles, podemos conseguir isso por meio da aplicabilidade dos nossos talentos, ou seja, da chance para deliberarmos racionalmente sobre como agir na direção que o cosmos nos indica, nos ajudando a encontrar o que o pensador denominou de eudaimonia (prazer/bem-estar) de viver daquele modo. Aristóteles, portanto, “denuncia a ilusão daqueles que julgam o mundo mau, feio ou desordenado, porque só olham para o detalhe, sem chegar a uma inteligência conveniente da totalidade” (FERRY, 2006, p. 23).

O filósofo, pois, refletiu que, dentro deste ordenamento natural das coisas e dos homens a virtude está latente em nosso íntimo, guardada potencialmente dentro do âmago social à espera da ação. Sem a ação, pois, nunca seremos virtuosos. Dessa forma, quando nos tornamos virtuosos, atendemos ao chamado das nossas aptidões práticas. A virtude então não está em oposição à natureza, mas, ao contrário, não é senão uma atualização bem-sucedida das disposições naturais das pessoas, uma passagem da potência ao ato (FERRY, 2006).

O pensador grego divide a virtude em duas partes, levando em conta que existe no seio racional do homem as paixões e ações concretas do mundo de um lado, e a busca natural pelo conhecimento/verdade, de outro. Dessa forma definiu que a razão humana está separada entre a virtude moral (bom comportamento do homem diante das próprias ações e paixões, desejos) e a virtude intelectual (a nossa boa disposição na busca pela verdade e a essência humana).

Nos detendo à virtude moral, Aristóteles diz que essa tem a ver com a forma como vamos lidar com as nossas próprias paixões, desejos e apetites. Dessa forma, a moral trata

das ações humanas e de certas ações consideradas voluntárias, mais especificamente as que partem da escolha. Por isso, classifica que o objeto do desejo racional que caracteriza a nossa escolha, é a finalidade de atingir um bem. O homem virtuoso é aquele que submete seus apetites à razão, independente dele ceder às “tentações” ou não. E nós só nos tornamos bons quando agimos bem e a virtude moral guia o corpo (ações) neste sentido.

Voltemos novamente ao bem que estamos procurando e indaguemos o que é ele, pois não se afigura igual nas distintas ações e artes; é diferente na medicina, na estratégia, e em todas às demais artes do mesmo modo. Que é, pois, o bem de cada uma delas? Evidentemente, aquilo em cujo interesse se fazem todas as outras coisas. Na medicina é a saúde, na estratégia a vitória, na arquitetura uma casa, em qualquer outra esfera uma coisa diferente, e em todas as ações e propósitos é ele a finalidade; pois é tendo-o em vista que os homens realizam o resto. Por conseguinte, se existe uma finalidade para tudo que fazemos, essa será o bem realizável mediante a ação; e, se há mais de uma, serão os bens realizáveis através dela (ARISTÓTELES, 1991, p. 14).

Mas esse bem realizável de que fala Aristóteles tem uma “fórmula”: significa sempre buscar um “meio termo” para as nossas atitudes e paixões, guiando-se pelo caminho da prudência e da moderação, sem enveredar pelo excesso ou pela falta. Para o pensador, “o prudente é aquele que, em todas as situações, é capaz de julgar e avaliar qual a atitude e qual a ação que melhor realizarão a finalidade ética, ou seja, entre as várias escolhas possíveis a mais adequada para que o agente possa ser virtuoso” (CHAUÍ, 2006, p.312), dessa maneira, fazendo o que é bom para si e para os outros.

Neste sentido, ele definiu quadros de virtudes e vícios por excesso e por falta, indicando, por exemplo, que a gentileza é uma virtude, mas a ira é o seu excesso tendo como a sua falta a indiferença. Ou seja, a virtude moral reside sempre entre dois vícios, por falta ou por excesso e só a prática irá nos ajudar a encontrar o “meio termo” das coisas. Ou seja, virtude moral em Aristóteles é aprendida pelo hábito (*habitus*). Isto é, agindo cotidianamente através de atos bons, a partir da ação repetida no nosso dia a dia é que podemos atingir a virtuosidade. Assim:

(...) devemos a Aristóteles uma distinção que será central em todas as formulações ocidentais da ética, qual seja a diferença entre o que é por natureza e o que por vontade. Eis porque, desde Aristóteles, afirma-se que a ética (e a política) se refere às coisas e às ações que estão em nosso poder (CHAUÍ, 2006, p.312).

Isso significa dizer que a virtude moral não nos é dada por natureza. Ela é aprendida através da nossa vontade de praticá-la (a moral como práxis). E aí tentamos

traduzir neste tópico a prática moral para o mundo político. Um político, neste sentido, tendo desenvolvido virtudes morais, é capaz de passá-las adiante para os cidadãos que o acompanham, através de suas ações e do seu próprio exemplo de vida com o argumento da experiência (foi o que tentou fazer Cássio Cunha Lima, como veremos no capítulo de análise do objeto).

1.3.1 O TRABALHO NA ÉTICA GREGA

A moralidade aristotélica, portanto, liga ética e política a nossa vontade racional. Na relação ético-política “a ética é concebida como a educação do caráter para dominar racionalmente impulsos, orientando a vontade rumo ao bem e à felicidade para formar o sujeito moral membro da coletividade sociopolítica” (CHAUÍ, 2006, 315). Achamos necessário pinçar esta breve relação entre ética e política porque irá nos ajudar a compreender os discursos dos candidatos ao Governo da Paraíba num ponto bastante peculiar, que é a noção de trabalho. Sobre essa questão, damos destaque a uma prerrogativa da moralidade aristotélica.

Ao considerar virtuosos aqueles que possam “exercitar” aptidões físicas e intelectuais pré-existentes em nossa natureza, devemos aqui, pois, entrar no contexto histórico em que Aristóteles viveu, no sentido de entender que seu pensamento investigava a virtude dentro de uma sociedade aristocrática, onde grande parte da classe “trabalhadora” (no sentido de obrigação para se sustentar) eram os escravos e pessoas que não faziam parte da aristocracia. Esta, por sua vez, tinha tempo o bastante para concentrar-se na busca de desenvolver aptidões.

Entendemos, pois, que se a ética de Aristóteles media a dignidade moral das pessoas a partir do talento pessoal (prática da virtude), aqueles com menos aptidões seriam considerados menos dignos e deveriam viver à serviço dos mais talentosos. Neste sentido, pode-se dizer que a ética aristotélica é de índole aristocrática mediante a noção que os gregos tinham do trabalho. Ou seja, os naturalmente dotados de aptidões poderiam ser considerados superiores aos outros que não tivessem descoberto para o que “vieram ao mundo” (não atenderam ao chamado cósmico). Mas essa ideia dos Antigos sobre a noção do trabalho foi totalmente reformulada com o advento da visão Moderna da moral com Kant, que vai encarar o trabalho como ferramenta essencial para se obter a dignidade moral.

No universo aristocrático, o trabalho era considerado defeito, uma atividade, no sentido próprio do termo, servil, reservada aos escravos. No mundo moderno, ao contrário, ele se torna um veículo essencial da realização de si, um meio não apenas de se educar — não há educação moderna sem trabalho —, mas também para se desabrochar e se cultivar (FERRY, 2006, p.90).

Na perspectiva de uma sociedade aristocrática, nos conta mais uma vez Ferry (2006, p. 89), “o homem virtuoso não é aquele que atinge um certo nível graças ao esforço (trabalho) livremente consentido, mas aquele que funciona bem, e até excelentemente, segundo a natureza e as qualidades que lhe são próprias”, funcionando, pelo que já pinçamos anteriormente, por meio do talento. A ética aristotélica, pois, estaria à disposição daqueles que “não trabalhavam”, ou seja, da aristocracia que, por meio da vontade prática de buscar a virtude agia também no nível da política.

A virtude é, antes de tudo, a excelência de uma natureza bem-dotada. Eis por que — para lhe dar um exemplo bem típico do pensamento grego — Aristóteles pode tranquilamente falar, num de seus livros dedicados à ética, de “olho virtuoso”. Para ele, isso significa apenas olho “excelente”, um olho que vê perfeitamente, que não é nem hipermetrope, nem míope. Em outras palavras, o mundo grego é um mundo aristocrático, quer dizer, um universo que repousa inteiramente sobre a convicção de que existe uma hierarquia natural dos seres. Olhos, plantas ou animais, certamente, mas também homens: alguns são naturalmente feitos para comandar, outros, para obedecer — e é por isso, aliás, que a vida política grega se adapta, sem dificuldade, à escravidão (FERRY, 2006, p. 52).

A política nos gregos seria, portanto, o palco ideal para o “exercício aristocrático” das aptidões éticas em favor do bem comum, aprimoradas através do *habitus*. Dessa forma, é possível dizer, com base em Aristóteles, que a política e a ética são forças conduzidas pela constante experiência prática do bem e que só a partir desse *habitus* é possível considerar-se, realmente, virtuoso.

Ou seja, na visão de Aristóteles, um político não nasceria honesto por natureza, mas precisaria praticar cotidianamente o exercício da honestidade para atingir o grau de virtuosidade e de uma boa moral, sendo por meio dessa prática racional, o que melhor dispõe ele para organizar a cidade (*polis*) do modo que todos vivam em harmonia. “Juntar-se ou ajustar-se ao cosmos”, comenta Ferry (2006, p.25), “eis a palavra de ordem de toda ação justa, o princípio mesmo de toda moral e de toda política”.

1.3.2 A ÉTICA DO DEVER EM KANT

Encaramos o custoso e árduo desafio de captar e entender alguns dos principais pontos da moral kantiana por ser este pensador um divisor de águas para o pensamento moral da modernidade. Immanuel Kant (1740-1804 d.C) nos parece, pois, tal qual o pensador anterior, uma imensa montanha, a qual, na condição de um ‘alpinista’ do conhecimento, estamos ainda no sopé deste íngreme revelo filosófico analisando as condições de subida, certos de um dia chegar a um nível de escalada mais abrangente. Ademais, para facilitar nosso plano de viagem, poderíamos começar a falar da moralidade kantiana comparando a sua visão com a de Aristóteles, observando como e onde acontece a cisão entre a moralidade na Antiguidade Clássica e na época Moderna.

Ferry (2006, p.17) nos alerta, antes disso, que Kant conseguiu enxergar uma breve diferenciação entre moral e ética, diferente de outros pensadores (e escritores como o próprio Ferry) que consideram os termos sinônimos. “Em Kant a moral designa o conjunto dos princípios gerais, e a ética, sua aplicação concreta”. Diante disso, podemos dizer que Kant contestou, em sua filosofia moral, os preceitos gregos (portanto Aristóteles) e também a moral cristã, até então, considerados os dois maiores pensamentos do comportamento ocidental, marcando uma grande ruptura na noção do que seria a virtude. “Se você quiser avaliar o quanto a moral de Kant é revolucionária em relação à dos Antigos, e notadamente à dos estoicos, nada é mais esclarecedor do que verificar a que ponto a definição da noção de “virtude” se inverteu, na passagem de um momento a outro (FERRY, 2006, p. 87). E ainda com Costa (2009, p. 95): “Kant substituiu a busca da felicidade – baseada da ética dos gregos – como princípio da ação moral pela ação calcada na razão”.

Partindo daí, retomamos rapidamente as reflexões do tópico anterior de que, em Aristóteles existia a certeza de um universo ordenado e que cada coisa e pessoa no mundo possuía uma finalidade (uma razão de ser) para conseguir viver bem. E que isso dependia do aprimoramento das próprias aptidões, alcançando assim, a virtude. Dessa forma, a dignidade moral grega está ligada, pois, à questão de sermos virtuosos, mas somente se conseguirmos desenvolver os nossos talentos para atender a nossa própria finalidade cósmica. Portanto, não é difícil entender que seremos indignos moralmente, na visão

grega, se não agirmos conforme o universo nos convoca. O que nos leva, inevitavelmente, ao entendimento de uma nova condição moral sobre o trabalho.

1.3.1 Moderna noção de trabalho

É exatamente a ressignificação dessa noção de dignidade moral que marca, pois, todo um comportamento Moderno até os dias de hoje. A primeira grande mudança nessa forma de pensar, como afirmamos anteriormente, é com relação à noção de trabalho. Comparando com a visão grega, em Kant, o trabalho deixa de ser uma prerrogativa de pessoas indignas, passando a virar condição essencial para definir um caráter digno, moralmente falando. Damos destaque a este ponto específico, porque é justamente sobre o termo trabalho que irão se basear alguns dos discursos dos candidatos Cássio Cunha Lima e Ricardo Coutinho nas eleições de 2014. Alguns deles foram projetados nos jornais ora do ponto de vista moderno de Kant, ora do ponto de vista Clássico de Aristóteles. Mas, neste novo contexto histórico-filosófico, a nova noção moderna de trabalho:

Se torna o próprio homem, até o ponto em que um ser humano que não trabalhe não é apenas um homem pobre, porque não tem salário, mas um pobre homem, no sentido em que não pode se realizar e realizar sua missão na Terra: construir-se, construindo o mundo, transformando-o para torná-lo melhor apenas pela força de sua boa vontade (FERRY, 2006, p. 90).

O que conta agora, portanto, após essa reviravolta no pensamento provocado por Kant, é o que nós iremos fazer com o nosso talento (qual o resultado das nossas ações). Ou seja, a ideia de trabalho compensa, nesta nova visão, a falta de talento (falta de dignidade moral nos gregos). E o trabalho se torna “redentor” do homem. “No plano político, esse novo espaço de vida comum terá três marcas características, diretamente opostas ao mundo aristocrático dos Antigos: a igualdade formal, o individualismo e a valorização da ideia de trabalho” (FERRY, 2006, p. 89).

1.3.2 A dignidade moral

Retomando a noção grega de que eram indignos moralmente aqueles que não haviam desenvolvido suas aptidões “cósmicas”, Kant vai dizer que essa visão está errada. Ele traz agora que não é a busca pelo desenvolvimento de aptidões naturais que forja a

dignidade moral de alguém. Ou seja, Kant diz que é possível viver bem sem nos preocuparmos em nos “encaixar” na geometria universal da natureza.

É neste sentido que o pensamento moderno kantiano vai deslocar o sentido de natureza humana, se afastando da cosmologia aristotélica para adentrar no próprio homem enquanto ser racional, encarando a natureza agora como a essência dos nossos desejos e paixões sendo a moral a capacidade que tem a nossa razão de evitar ser levada pelos próprios instintos. Neste sentido, Kant afirma que, o que confere dignidade moral ao homem é, na verdade, a sua boa vontade (e não mais a virtude) em agir corretamente perante si mesmo e os outros.

Neste mundo, e até também fora dele, nada é possível pensar que possa ser considerado como bom sem limitação a não ser uma só coisa: uma boa vontade. Discernimento, argúcia de espírito, capacidade de julgar e como quer que possam chamar-se os demais talentos do espírito, ou ainda coragem, decisão, constância de propósito, como qualidades do temperamento, são sem dúvida a muitos respeitos coisas boas e desejáveis; mas também podem tornar-se extremamente más e prejudiciais se a vontade, que haja de fazer uso destes dons naturais e cuja constituição particular por isso se chama carácter, não for boa (KANT, 2007, p 21).

Kant diz com isso que mesmo que tenhamos aptidões que definam de certa forma o nosso caráter, como a coragem, não quer dizer que a coragem é boa em si mesma, porque pode ser utilizada para outros fins (ex: coragem para matar alguém). Entendemos, portanto, que o pensamento deste filósofo é voltado para uma espécie de auto-análise das nossas próprias vontades diante a possibilidade de ferirmos as outras pessoas e ferirmos também a nossa própria razão influenciada pela nossa natureza imoral e animal.

“Kant volta a afirmar o papel da razão na ética. Não existe bondade natural. Por natureza somos egoístas, ambiciosos, destrutivos, agressivos, cruéis, ávidos de prazeres que nunca nos saciam e pelos quais matamos, mentimos e roubamos” (CHAUÍ, 2006, p. 315). Dessa maneira, é possível entender que a dignidade moral em Kant se mede, principalmente, pelo o resultado da nossa ação diante nós mesmos na luta de tentar controlar as nossas inclinações naturais.

A moral, com base no ato racional, seria, pois, essa força para nos ajudar nessa interna (e intensa) batalha consigo mesmos. Há, portanto, na moral kantiana um descolamento entre a ética (razão) e natureza (desejos, paixões, etc). Portanto, no pensamento moderno, a ética nos surge como o controle racional da natureza e, neste quesito, todos os homens são aptos para serem livres ao deliberar deste controle sobre si

mesmos. “A razão prática é o exercício da liberdade como poder racional para instituir fins éticos (os valores morais) (...). A razão prática é universal e encontra-se em todos os seres humanos” (CHAUI, p. 316).

E o que seria bom em si mesmo, para Kant? O único atributo bom em si mesmo (como valor máximo) é, pois, a boa vontade. Portanto, a boa vontade é o que define se a conduta humana é boa ou não. Trabalhando uma ideia de Rousseau, sobre vontade, vista como o que define o homem do animal, Kant entendeu esse termo como o uso da razão para uma vida melhor. A vontade separa, pois, os homens dos animais (instintos, paixões). Ou seja, devemos usar a razão para tentar viver bem. Separando o desejo da nossa capacidade de escolha/reflexão. Assim, estaríamos, de fato, sendo livres porque nos desvencilhamos das inclinações impostas pela natureza. Resumindo: liberdade seria então negar a si mesmos enquanto animais irracionais, descolando a moral do nosso próprio instinto.

A vontade absolutamente boa, cujo princípio tem que ser um imperativo categórico, indeterminada a respeito de todos os objectos, conterà, pois, somente a forma do querer em geral, e isto como autonomia; quer dizer: a aptidão da máxima de toda a boa vontade de se transformar a si mesma em lei universal é a única lei que a si mesma se impõe a vontade de todo o ser racional, sem subpor qualquer impulso ou interesse como fundamento (KANT, 2007, p. 90)

Dessa forma, enveredamos num ponto onde chegamos numa questão crucial da moral kantiana, que é da igualdade. Entendemos, pois, que, baseados na capacidade de agir racionalmente contra os próprios desejos, o “poder” da boa vontade individual nos guia na ação da boa vontade universal (valor absoluto), a qual está à disposição de todos os homens, fazendo deles, potencialmente, todos iguais e livres perante a razão.

Sobre essa questão da igualdade entre os homens pensada por Kant, Ferry (2006) volta a tomar a ética aristocrática dos gregos como parâmetro para este conceito no mundo Moderno, lembrando que, na lógica cósmica das finalidades e aptidões dos seres, cada homem apresentava talentos em graus maiores ou menores, portanto, a relação humana na época de Aristóteles era reforçada pela desigualdade.

Vivia-se, pois, numa “hierarquia natural dos seres, mas que também insiste em fazer com que os melhores fiquem “no alto”, e os menos bons, “embaixo”. Se, ao contrário, situa-se a virtude não mais na natureza, mas na liberdade, então todos os seres se equivalem, e a democracia se impõe (FERRY, 2006, p.89). Ou seja, o pensamento

moral de Kant quebra com visão Clássica de igualdade instituindo a moderna noção democrática e meritocrática dos dias atuais. Neste contexto:

A boa vontade não é boa por aquilo que promove ou realiza, pela aptidão para alcançar qualquer finalidade proposta, mas tão somente pelo querer, isto é, em si mesma, e, considerada em si mesma, deve ser avaliada em grau muito mais alto do que tudo o que por seu intermédio possa ser alcançado em proveito de qualquer inclinação, ou mesmo, se se quiser, da soma de todas as inclinações (KANT, 2007, p. 23).

Ou seja, a boa vontade deve ser vista como um dever moral do homem no momento em que faz suas escolhas. O dever kantiano, no entanto, “está longe de ser uma imposição externa feita à nossa vontade e à nossa consciência, mas é a expressão da nossa liberdade, isto é, da presença da lei moral em nós. O obedecer ao dever é obedecer a si mesmo como ser racional. (...) Por isso somos autônomos” (CHAUÍ, 2006, p.316). Podemos interpretar, pois, da visão de Kant, que aquele que age conforme seu desejo é escravo das paixões, escolhendo o caminho a favor da própria natureza. O pensador define então, a partir das atitudes humanas, uma espécie de “mecanismo” de consulta para saber se a boa vontade da qual estamos falando ganhou aplicabilidade num ato moral genuíno analisando esse modo de agir através do *dever*.

1.3.3 O *dever* e os imperativos

Nesta discussão do agir *por dever*, podemos entender o raciocínio de Kant no sentido de que as consequências dos nossos atos não fazem parte do cálculo da moral. Num jargão do senso comum, “o que é certo é certo”, ou seja, não há concessões éticas que possamos negociar consigo mesmos numa ação realmente tomada de boa vontade. O grande mecanismo para definir se uma atitude é de fato moralmente realizada *por dever* (ou seja, realmente boa) é saber se por trás dela existe o *interesse*, outro conceito marcante da ética de Kant.

Como nos traz Chauí (2006, p.316), por conta das nossas inclinações nefastas às paixões e desejos, “a natureza nos impele a agir por interesse. (...) e para Kant o interesse é a forma natural do egoísmo que nos leva a usar coisas e pessoas como meios e instrumentos para o que desejamos”. Uma boa vontade, por tanto, se materializa no *dever* que impede a influência do *interesse* em nossas decisões. E mais: “agir por interesse”, lembra Chauí (2006, p. 316) “é agir determinado por motivações físicas, psíquicas, vitais, à maneira dos animais”. Portanto, agir por interesse é sucumbir moralmente à nossa

natureza anti-racional e, portanto, anti-ética porque não recorremos à razão para aplicarmos a fórmula *do dever* às nossas atitudes. Portanto, a moral de Kant se concentra não na questão das consequências que um ato de boa vontade possa vir causar, mas o motivo de termos agido de tal forma. Ou seja, entendemos que o que é avaliado, de fato, é a nossa intenção de agir e o que está por trás desse ato. Mais uma vez, interpretando pelo senso comum, a pergunta kantiana para nossa mente seria: “por que eu fiz, o que eu fiz?”, não importando nessa indagação o “como” eu fiz (modo).

O que talvez seja mais marcante nessa nova perspectiva moral, antinatural e anti-aristocrática (já que, contrariamente aos talentos naturais, essa capacidade é supostamente igual em cada um de nós) é que o valor ético do desinteresse se impõe a nós com tal evidência, que não nos damos mais o trabalho de pensar nele. Se descubro que uma pessoa que se mostra acolhedora comigo age assim na expectativa de obter uma vantagem qualquer que ela dissimula (por exemplo, minha herança), é evidente que o valor moral atribuído por hipótese a seus atos desaparece imediatamente (FERRY, 2006, p.84).

O *dever* encarado como Kant nos mostra, apresenta-se como uma fórmula mental que deve ser consultada a cada ação, enquanto ferramenta de “aferição” do nível de boa vontade de nossos atos. Portanto, deve se impor a nossa razão da mesma forma em toda e qualquer atitude que venhamos tomar. O filósofo definiu isso como um imperativo. E o que seria este imperativo, para Kant? Seria uma forma da razão para nos auxiliar “não nos autorizando” a não tomar determinada atitude sem pensar.

Por isso, é preciso usar a balança do *dever* diante os constantes apelos dos nossos desejos e apetites naturais (animais). A moral kantiana é, pois, um olhar fiscalizador do homem sobre si mesmo com base no imperativo do *dever*. Retomando uma expressão de uso comum, seria como: “o que você mesmo não se deixa fazer diante de tal situação ou pessoa”. Portanto, “o dever é uma forma que deve valer para toda e qualquer ação moral” (CHAUÍ, 2006, p. 317).

Agindo dessa maneira, nos diz Kant, o *dever* é tido como um imperativo categórico. E “(...) somente os imperativos categóricos tem valor moral para Kant, exprimindo a necessidade de agir segundo certas regras” (COSTA, 2009, p. 96). “Por isso a definição moderna da moralidade vai, segundo Kant, se expressar daí em diante sob forma de ordens indiscutíveis ou, para empregar seu vocabulário, de imperativos categóricos (FERRY, 2006, p. 85). Diferente do imperativo hipotético, que não formula regras de conduta moral e nem permite resolver conflitos práticos, o imperativo categórico, entendemos, gira em torno de uma ação que você esperaria de você mesmo, caso estivesse no lugar do outro.

Já um exemplo de imperativo hipotético pode ser encontrado no conceito de felicidade. Este termo marca, inclusive, outra grande diferença entre a moral de Kant e a dos gregos. O pensador lembra que a finalidade do homem não é a busca pela felicidade, primeiro, devido à dificuldade de definir o que seria este adjetivo. Ele “considera o conceito de felicidade tão indeterminado que, mesmo que todo homem deseje alcançá-la, nunca vai dizer ao certo, e de acordo com consigo o que é que propriamente deseja e quer” (COSTA, 2009, p.96).

Segundo nos traz Caio Túlio Costa (2009, p.97), porque o homem não é capaz de definir “segundo qualquer princípio e plena segurança, o que é que verdadeiramente o faria feliz, pois para isso precisaria da onisciência”. Portanto, os imperativos categóricos exigem um comportamento racional prático que todos devem seguir quando forem tomar decisões, já os hipotéticos apenas projetam o que se poderia fazer, portanto, ficando fora do âmbito da moral.

1.4 A ÉTICA DA VOCAÇÃO EM WEBER

É com Max Weber (1864-1920) que os horizontes sobre o comportamento ético dentro da política se expandem em nossa pesquisa, pois este pensador investigou a fundo as estruturas sociais, políticas e econômicas não só da Alemanha, de onde era natural, mas de vários países, inclusive tentando entender o contexto que propiciou a formação de partidos políticos, dos chamados políticos profissionais, ocasionais e daqueles vocacionados para essa arte, vistos como líderes carismáticos e o papel moral da própria imprensa neste contexto.

Do ponto de vista da ética, Caio Túlio Costa (2009, p.192) considera Weber um neo-kantiano que relativizou a noção de imperativo categórico, conseguindo “criar categorias capazes não de justificar, mas de sustentar, do ponto de vista normativo, comportamentos tão díspares quanto questionáveis por parte de qualquer político”. Ou seja, Weber analisou o fazer político de um ponto de vista trágico, já que no exercício do poder era preciso tomar decisões difíceis e até imorais para manter a governabilidade e um destes atos era a tomada de decisão pelo uso da violência de Estado, uma das grandes características desta instituição, para Weber, além da burocracia.

O pensador constatou, no século XIX, que os partidos estavam se transformando em grandes máquinas burocráticas que não conheciam constituição nem leis (WEBER, 2013), e por isso, com o forte desenvolvimento da estrutura partidária percebeu a

proeminência de novos personagens e desdobramentos no âmbito político, especialmente, com a presença dos chamados políticos profissionais. Estes últimos, conforme Weber, vivem “da” política e não “para” a política, o que marca uma das primeiras questões éticas da sua discussão sobre a existência de um “governo de funcionários”, ainda sem a presença de um verdadeiro líder carismático.

“Tão logo as massas não possam ser tratadas como objeto puramente passivo de administração, então democratização e demagogia tornam-se inseparáveis” (WEBER, 2013, p. 26). A noção, pois, da demagogia irá nos ajudar a entender a relação, portanto, com a questão da paixão no discurso político, porque é através do uso da demagogia que é capaz o líder político, na democracia moderna, conquistar a confiança e fé das massas na sua pessoa.

Outra característica da ética weberiana na política é que o verdadeiro líder carismático confia na fé e devoção, por parte das outras pessoas, no seu caráter (*ethos*), para a manutenção do governo. Um governo sem um verdadeiro líder, diz Weber, é um governo repleto por políticos profissionais sem vocação. Debater a questão do *ethos* em Weber é entender que ele fala de qualidades necessárias ao líder carismático, ou seja, que vive “para” a política e não em função dela, não dependendo dessa prática para sobreviver economicamente.

Neste sentido, Weber propôs três prerrogativas importantíssimas para a construção do *ethos* ideal de líder, sendo elas: a paixão por uma causa, a responsabilidade nas ações e o que ele chamou de senso de proporção, que seria a capacidade do líder em deixar atuar sobre si as realidades e pressões do mundo político, mas mantendo a temperança no agir frente aos variados interesses. Desse modo, a ideia que nasce é que o tipo ideal de líder não seja coagido pelas instituições, mas pelo compromisso interno que aponta a sua própria vocação (WEBER, 2013).

A ética política weberiana sugere que o verdadeiro líder transcende a própria vontade de poder. A ideia de poder, no entanto, é o que baseia a noção de política para Max Weber. Para ele, a política tem a ver com a busca por poder dos seus agentes diante a possibilidade de participar das instituições, processos e regalias inerentes à máquina pública. Dentro dessa perspectiva, o líder político possui a seu favor o aparato do Estado com toda sua força coercitiva e violenta: “Quem faz política ambiciona o poder, seja o poder como meio a serviço de outros, seja o poder por si mesmo, para gozar do sentimento de prestígio que somente ele tem” (WEBER, 2013, p. 392).

Portanto, o grau de tensão ético do pensamento weberiano recai sobre o uso da violência, encarada por ele como mecanismo decisivo no uso do poder político, como reforça: “O meio específico da violência legítima, puramente como tal, em mãos de associações humanas é o que determina o caráter peculiar de todos os problemas éticos da política” (WEBER, 2013, p. 457).

1.4.1 Responsabilidade e convicção em Weber

É com o poder do Estado em mãos, nos diz Weber, que o líder carismático vai confronta-se com a escolha de dois princípios distintos: a ética da responsabilidade e a ética da convicção. Na primeira, o político reconhece que, para tomar qualquer decisão, deve considerar as consequências de sua ação ou conduta. Na segunda, o político age conforme acha melhor mesmo ciente das causas negativas que sua atitude pode vir causar. Mas em determinados aspectos, aponta Weber, “a ética da convicção e da responsabilidade não são antagonismos propriamente absolutos, pois elas se complementam e somente em conjunto constituem o verdadeiro homem, aquele que pode ter a vocação para a política” (WEBER, p. 31).

Na ética da responsabilidade, quem acredita nela, não se sente em condições de lançar a outros a responsabilidade por suas próprias ações. É aquele que vai assumir a responsabilidade por seus atos e terá a consciência das consequências que derivam de sua escolha. É aquela que vale, sobretudo para quem age politicamente (RIBERO *apud* COSTA, 2009, p. 109). Ou seja, trata-se de uma ética da ação política, muito mais do que da instituição política.

Já a ética da convicção, segundo Costa (2009), não é irresponsável. Nem a da responsabilidade é oportunista e destituída de princípios. O autor lembra que Weber não considera que falta responsabilidade na ética da convicção, nem que falta convicção na ética da responsabilidade. “No entanto, há um ‘abismo’ entre as duas exatamente por conta de tudo o que resulta em uma ética baseada nos fins aos quais se quer chegar e de uma ética baseada na prestação de contas das ações tomadas e de suas consequências” (COSTA, 2009, 107).

A ética da convicção é, para Weber, o conjunto de normas e valores que orientam o comportamento do político na sua esfera privada. Já a ética da responsabilidade representa o conjunto de normas e valores que orientam a decisão do político a partir de

sua posição como governante. A distinção proposta entre convicção e responsabilidade traduz um dilema que certamente aparecerá em algum estágio da carreira de qualquer político e denunciada em seu discurso, especialmente, no contato com a mídia.

A ética da convicção atribui aos valores uma ‘vigência forte’, um caráter absoluto. É perfeitamente mostrar a um sindicalista (adepto da ética dos fins), como no exemplo usado por Weber, que sua ação pode aumentar as possibilidades de reação, agravar a opressão dos sindicalizados, frear o progresso da categoria rumo a uma vida melhor e nada disso demovê-lo de seus objetivos últimos. Porque é adepto de uma ética finalista (COSTA, 2009, 108).

Com base no entendimento destas duas éticas, a prática política para Weber se alimenta no eterno senso de conflito (assim como a vida) e estas duas concepções devem ser utilizadas pelo líder político diante o que chama de “irracionalidade do mundo”, sendo evidente que, dessa forma, o político pode dispôr de meios moralmente suspeitos para atingir um fim que acredita ser bom.

A ideia, portanto, desse pensamento, é que a política possa conciliar, da melhor forma possível, o que os seus princípios lhe exigem e as prováveis consequências dos seus atos. Mas, na verdade, para Weber, o que está em discussão na política são *os meios* porque todos os políticos – situação, oposição, adversários ou não – reivindicam com sinceridade à nobreza de intenções (COSTA, 2009).

1.5 REFLEXÕES DEONTOLÓGICAS

1.5.1 Uma introdução crítica

Iniciar um tópico sobre deontologia, após elencar diversos pensamentos divergentes sobre ética, nos parece denunciar a latência do caráter paradoxal desta intenção, pois a deontologia tem a ver com conjuntos de deveres profissionais estabelecidos num código específico. Queremos dizer com isso que, diante o relativismo da prática ética ao longo do processo histórico, muitos manuais de jornalismo tratam deste termo como um conceito “fechado”, capaz de caber dentro de um “código” de valores de uma classe que vive, no entanto, transformações constantes na sua ética cotidiana.

Estamos querendo dizer que os manuais de redação, nos dias de hoje, apresentam noções sobre comportamento ético com base numa tabela de direitos e deveres, quando entendemos que a ética é práxis e, desse modo, deve ser encarada como processo social,

não cabendo, pois, em fórmulas tabeladas ensinando o que é certo ou errado na profissão, cabendo isso à ética deontológica.

Desse modo, pensamos mais sensato refletir sobre o papel moral dos jornalistas, do jornal e do jornalismo diante a perspectiva de um conjunto provisório de valores vivenciados socialmente nas redações por meio do *habitus*, o que pressupõe que ética do jornalista no seu trabalho deve ir além dos ditames da sua deontologia. Dizemos provisório no sentido da busca constante por um comportamento ético que não só transforme para melhor a “forma” como se faz jornalismo nos dias de hoje, mas que ajude a transformar, por meio desse mesmo *habitus*, as estruturas semânticas da mídia em nosso país e, principalmente, em estados marcados pela forte influência econômica e política na imprensa, como na Paraíba.

Apesar de parecer utópica, a busca por uma nova deontologia jornalística (uma deontologia da prática) afetaria diretamente a ética individual dos seus agentes evitando o que há dezenas de anos Weber e Balzac já haviam verificado em suas obras: a transformação da condição libertadora do jornalismo em mercadoria, diante o contato com a lógica do jornal.

Nesta perspectiva, o *habitus* enquanto conjunto de práticas, pode definir também o caráter do jornalista enquanto agente produtor de notícias numa relação dialética. O que pensamos quanto utilizamos o termo dialética nessa discussão? Pensamos, pois, a ética do jornal sendo superada pelos valores vitais de um jornalismo voltado para o interesse público. Numa conexão com Bergson (Apud Chauí, 2006), o jornalista se vê diante de um *habitus* vigente, pouco contestado, cristalizado e aceito como um cânone imutável, ou seja, um *habitus* fechado. Porém a tentativa de modificar, com base na ética, a forma da produção de notícias equivale à aplicabilidade de uma moral aberta, fundadora de novos *habitus* estéticos. Acreditamos, neste sentido, que o jornalismo necessite de um novo *habitus* fundador que o reinvente não apenas na sua estrutura, mas principalmente na sua ética.

Visto dessa forma, o problema da queda crescente de vendas de impressos não estaria somente ligado à “forma” (papel) do jornal, como comumente vem sendo encarado, mas também na sua prática. A qual continua refém de uma engessada lógica de mercado. Pensando como Aristóteles, essa transformação estaria imanente à natureza do jornalismo, porque nele já está a essência da prática fundadora de “morais abertas” (jornalismo que liberta). Mas, de outro lado, está sujeito à lógica do jornal (mercador de

informação) que impõe e distorce a semântica da profissão, diferenciando muito bem o jornalismo e o jornal: seres que destoam eticamente um do outro do ponto de vista social.

1.5.2 Deontologia, ética e mídia

Em sintonia com as reflexões da abertura dessa introdução crítica, Karam (1997, p. 12) comenta que a ética jornalística questiona, diariamente, a própria deontologia profissional quando compartilha valores e dilemas que devem ser reatualizados ao longo da prática. E que para isso é preciso uma ação menos subserviente dos profissionais que constroem o poder midiático. “Para isso, entendemos que só um processo dialético que constitua um movimento ético dos profissionais, aliado ao reconhecimento dos profissionais pela sociedade, pode criar as condições de realização técnica, política, moral e ética da profissão” (KARAM, 1997, p. 12).

No entanto, Thompson (2013) alerta que a estrutura ética da mídia está totalmente submersa numa lógica prejudicial de mercado. E o que isso significa? Quer dizer que as estratégias de reforço à espetacularização, ao estímulo de estereótipos, linhas e enquadramentos sensacionais, visando o lucro, só tendem a matar o senso ético dos seus profissionais (geração abutre). Portanto, a falta de ética no exercício do jornalismo estaria intimamente ligada à estrutura comercial da mídia. Por sua vez, reflete Thompson, que a lógica capitalista contribui para “calar” muitos dilemas éticos que se apresentam diariamente à prática profissional midiática, onde sérias preocupações éticas foram banidas com o crescimento da comercialização da instituição. Desse modo:

Os ideais políticos e morais sustentados por alguns dos primeiros empreendedores da mídia foram substituídos por critérios de eficiência e lucratividade. Os produtos da mídia se tornaram cada vez mais padronizados e estereotipados; eles vão atrás do trivial e do sensacional; interessam-se por eventos efêmeros e abandonam qualquer inspiração para transcender as banalidades da vida diária. E a recepção dos produtos da mídia se tornou apenas uma outra forma de consumo, uma fonte de excitação, divertimento e prazer. É claro, a recepção dos produtos da mídia pode ter certas características distintivas (...) mas em termos de importância ética, há bem pouca diferença do consumo de refrigeradores, da batatas ou de qualquer outra mercadoria. O advento da mídia não foi uma boa notícia para a ética (THOMPSON, 2013, p. 324).

As considerações de Thompson, pois, nos levam a uma reflexão acerca da natureza irracional e imoral da mídia do ponto de vista do pensamento Moderno. Podemos afirmar isso com base na filosofia de Kant, quando diz que a dignidade moral humana é

medida de acordo com o descolamento da nossa razão diante a natureza, vista enquanto impulsos, paixões e desejos. Neste contexto, descolamento, pois, significa a transcendência da razão sobre nossas inclinações animais.

Ora, se a mídia não atua no nível da transcendência do cotidiano, fazendo, como nos alerta Thompson, da violência, do estímulo ao medo e ao sexo coisa iminentes (oposto à transcendente) ao seu modo de produção, nos vemos, portanto, influenciados por uma anti-ética da mídia. Isto é, diante uma instância que justifica os fins (audiência) estimulando o nosso lado irracional e indigno moralmente, portanto, anti-kantiano. Podemos dizer, com base nisso, que a moral midiática não atende a qualquer imperativo ético, pouco estimulando a razão do seu público e, desse modo, o não-pensar.

Sobre este assunto, Caio Túlio Costa (2009, p. 228) reforça que a deontologia moral que sustenta a prática jornalística se “estabelece em função das tiragens dos jornais, sendo que os jornais oferecem ao público o que eles acham que o público pede e de práticas que aumentem ou segurem a circulação e a audiência e não servir ao público”. Desse modo, o autor ratifica a natureza anti-ética da mídia, do ponto de vista kantiano:

“Por mais moralmente defensável que seja o imperativo categórico – instrumento moral da modernidade – ele não é reconhecido e muito menos praticado do jeito que a civilização produziu para se comunicar entre si. E aí se incluiu o jornalismo quando se tornam públicas aquelas notícias unicamente de interesse imediato das pessoas, instituições ou empresas, advindas das mais diversas fontes e apresentadas sob uma ótica e/ou enviesadas de deturpação. Vinte e cinco séculos depois do julgamento de Sócrates, não se conseguiu retirar do produto jornalístico nem a ideia, nem a aparência, nem a impressão de que ele é indiferente àquilo que se possa chamar de imperativo ético (COSTA, 2009, p. 229).

Diante disso, um dos desafios da deontologia nestes novos tempos, seria refletir a prática do jornalismo mediante uma ética universal da prática profissional. Uma ética amparada numa Teoria do Jornalismo como forma de conhecimento das particularidades humanas num processo de universalização desse próprio conhecimento (KARAM, 1997). A ética, neste sentido, deve funcionar como instância crítica constante da norma deontológica. Muitas dessas, atualmente, caíram num mar de generalizações onde a prática profissional vem se regendo com base em inúmeros interesses, que não o público. É o que Caio Túlio Costa chama de moral provisória do jornalismo, ou seja, que não confere caráter firme à atividade. “É uma moral provisória porque é temporária, porque não tem caráter permanente, porque serve provisoriamente para uma determinada situação que requer, por exemplo, meios moralmente condenáveis para obter fins moralmente defensáveis” (COSTA, 2009, p. 253).

Costa mostra com isso o atual estado de relativização da deontologia moral da mídia e acena para a necessidade de respeito a certos imperativos éticos para evitar esse tipo de situação onde é possível justificar um ato indigno moralmente, do ponto de vista kantiano-jornalístico, com base na alimentação irracional de uma audiência. Diante disso, Thompson, nos alerta para a necessidade de pensarmos na busca de uma saída ética para as novas situações onde a instância midiática deve assumir uma responsabilidade ético-universal.

“Devemos procurar desenvolver uma teoria sobre a ética que faça justiça às novas circunstâncias, historicamente sem precedentes, sob as quais as questões morais surgem hoje” (THOMPSON, 2013, p. 329). Neste âmbito da ética, portanto, Thompson se mostra atento ao comportamento moral dos meios de comunicação diante desafios políticos, econômicos e, principalmente, climáticos que ameaçam a raça humana. Pensar, portanto, uma moral da mídia e de seus profissionais neste contexto é entender a necessidade do aprimoramento ético-deontológico de suas instituições.

1.6 CONSIDERAÇÕES ÉTICO-MIDIÁTICAS

Os meios de comunicação são vistos como mecanismos de produção de sentidos a partir da institucionalização de discursos. No processo de montagem das notícias, os *media* exercem um forte poder simbólico sobre a construção da realidade (THOMPSON, 2013) apontando, como também nos traz Pereira (2008), injunções de sentidos embaladas em contextos disjuntivos da vida cotidiana. Ou seja, os jornais, empenhados na estratégia de gerar maior efeito de sentido de objetividade nas matérias (FIORIN, 2012) atingem subjetivamente os leitores oferecendo “recortes” muitas vezes estereotipadas do “todo”. Acrescente-se que isso ocorre desde a construção das pautas, até à fórmula de adequação da linguagem às rotinas de produção. Desse modo, um recorte da realidade é amplificado e distorcido do seu real valor cotidiano.

Conforme Thompson (2013), esse poder simbólico dos meios de comunicação, numa expressão tomada de Bourdieu (2015), interfere no curso dos acontecimentos e influencia diretamente na ação das pessoas assumindo uma função institucional responsável também pelo poder cultural nas sociedades. O que faz a mídia atuar de tal modo como agem outras instituições tal qual a igreja, escolas e universidades. “As ações simbólicas podem provocar reações, liderar respostas de determinado teor, sugerir

caminhos e decisões, induzir a crer e a descrer, apoiar os negócios do estado ou sublevar as massas em revolta coletiva” (THOMPSON, 2013, p. 42).

Pressupor, portanto, um poder simbólico agindo diretamente na construção do real por meio da mídia é entender que a imprensa atua através de filtros (Charaudeau, 2013) e são estes enquadramentos que forjam um *ethos* discursivo do veículo. Portanto, a forma como o sujeito enunciator constrói uma imagem de si no discurso (*ethos*) revela-se ao público no interior da sua prática (*ética*). É possível entender, pois, que o imaginário dos leitores dos principais jornais da Paraíba depende invariavelmente, do “capital simbólico” que estes empreendimentos se utilizam para forjar seu próprio *ethos* social.

Nos jornais, os imaginários dependem do discurso escrito para serem edificados, e remontam, dentro de uma estrutura implícita, a níveis da retórica, recorrendo a um *habitus* lingüístico da profissão e de uma “ética” discursiva. Num cenário de campanha eleitoral, o *ethos* do jornal contribui para forjar o *ethos* político (caráter) de um candidato, no sentido proposto por Charaudeau (2013). É o que acontece quando a imprensa enquadra discursos referentes aos postulantes ao longo da campanha e, dessa maneira, numa ação cumulativa, cria imaginários dotados de sentidos capazes de afetar a noção do leitor sobre determinado político. É nessa perspectiva que o jornalismo recorre às estratégias de enunciação, como o uso do efeito de sentido de objetividade (FIORIN, 2012), para validar, objetivamente, a subjetividade inerente ao discurso, prática que influencia na montagem do personagem público na mídia.

Diante disso, como questão inicial, chegamos numa questão básica da discussão ética. O conceito está intimamente ligado a nossa prática (*habitus*) social. Somos aquilo que somos forjados pelos caracteres das nossas próprias ações. O *habitus* portanto define o nosso caráter e quem de fato podemos nos tornar socialmente. Ou seja, a ética - através do *habitus* - define o *ethos*.

1.6.1 Ethos e construção da realidade

A partir do estudo dos sentidos nos jornais é possível compreender a forma e o nível de gerenciamento de atenção nos meios de comunicação, percebendo do sensível ao inteligível, estratégias de arrebatamento, sustentação, desde a diagramação à montagem dos fatos ao longo das páginas. A subjetividade dos discursos no jornalismo, portanto, não se resume apenas às estratégias sintáticas de nomeação dos objetos do real, mas em toda a sua estrutura de cognição semântica presente no esquadro jornalístico.

A partir dessa percepção é possível investigar os níveis de intencionalidade dos discursos montados pelos jornalistas, o qual vemos como uma prerrogativa imanente ao papel sócio-político dos veículos de comunicação. Para Charaudeau (2013, p. 131), “não há captura da realidade empírica que não passe pelo filtro de um ponto de vista particular, o qual constrói um objeto particular que é dado como fragmento do real”. Ainda, segundo o autor, sempre que tentamos dar conta da realidade, damos de cara com um real construído e não com própria realidade. Este pensamento encontra sintonia com noção de efeito de sentido de objetividade, citada anteriormente, no discurso jornalístico.

Ao afirmar ‘efeito de sentido de objetividade’ o que se pretende é desvelar que essa objetividade é uma criação da linguagem. Os jornalistas apregoam que seu discurso é objetivo e neutro. Não há objetividade e neutralidade no discurso porque, mesmo quando se cria um efeito de objetividade, o ponto de vista do sujeito vai estar marcado por substantivos, adjetivos, etc. (FIORIN, 2012, p. 58).

François Tétu (2012) defende que a intencionalidade está latente, isto é, diluída na estrutura do discurso da imprensa e indaga sobre quem fala na voz “aparentemente” objetiva de um jornal: a fonte ou o próprio veículo? “Esta diluição não é neutra: quando um leitor pergunta a outro se viu o que diz o ‘jornal’, mostra, na realidade, que a fala do jornal é ‘mítica’ (...): é uma fala roubada” (TETU, 2012, p. 188). Isso tem a ver, pois, com a construção do *ethos* editorial forjando estratégias próprias de enunciação. Nesta perspectiva, a imprensa recorre a modelos cognitivos para causar efeitos e afetos na audiência. Como nos lembra Charaudeau (2013), quem informa tem a necessidade de parecer crível na construção do *ethos* já que o desafio é que a informação seja aceita sem dúvidas pelo público e que pareça honesta. A credibilidade se apresenta, pois, sobre a máscara da objetividade:

O dispositivo de contrato de comunicação política é, de certa forma, uma máquina de forjar discursos de legitimação que constroem imagens de lealdade (para a instância política) que reforçam a legitimação do poder; de protesto (para a instância cidadã), que justificam a legitimidade do ato de tomar a palavra; de denúncia (para a instância midiática), que mascara a lógica comercial pela lógica democrática, legitimando esta, em detrimento daquela (CHARAUDEAU, 2013, p. 64).

Isto é, o *ethos* enquanto estratégia da retórica jornalística, apoia-se no discurso que o funda para construir máscaras sociais, as quais são distribuídas em “pacotes” de

notícias. É, pois, através das estratégias presentes no *ethos* retórico que o jornal constrói representações e legitima o simulacro imanente ao discurso político.

1.6.2 O *ethos* retórico

É possível, pois, diante essas considerações, refletir que os discursos no jornalismo se utilizam do *logos*, do *phatos* e do *ethos*, condicionantes presentes na Retórica de Aristóteles, para tornarem fortes e atraentes as notícias aos olhos do público e convencer para o ato da compra. Diferente da sua ética enquanto prática virtuosa (Ética à Nicômaco), Aristóteles na Retórica analisa a questão do *ethos* enquanto formador de caráter. Na noção aristotélica, o *logos* (razão, argumentação) e o *phatos* (emoção) dão força à fundação do *ethos* no discurso, o que está ligado ao modo de ser dos jornais perante seus leitores.

Como nos traz Ferreira (2010), em Aristóteles, o *ethos* retórico é construído para adequá-lo ao seu objetivo maior, que é convencer. Nesta perspectiva, ele representa o caráter de quem fala através do discurso, não necessariamente a partir do caráter real do orador¹, mas o caráter construído naquele ato para parecer como real.

O *ethos*, nesta vertente, é a imagem de si que o orador cria, através do *logos*, com o objetivo de despertar o *phatos* no auditório, acionando a afetividade para provocar as paixões do público. O *logos*, neste caso, é o próprio discurso onde é possível investigar três dos *ethés* (caracteres) proposto por Aristóteles (FERREIRA, 2010) para persuadir: a *phrónesis* (sabedoria prática), *areté* (virtude) e *eunóia* (voltada para o auditório). A primeira significa ter o aspecto de uma pessoa ponderada, a segunda é relacionada à pessoa com coragem de falar francamente, que diz a verdade crua, a terceira, é a simpatia, benevolência, e que oferece uma imagem agradável de si mesmo (MAINGUENEAU, 1997).

Na práxis jornalística é possível perceber como as conceituações de Aristóteles continuam bastante atuais na fundação de um *ethos* individual, coletivo ou institucional, neste caso, através de uma retórica jornalística. É por meio do *logos* que os jornalistas forjam o enquadramento da notícia. É nele que podemos encontrar a seguinte pergunta: por que o jornal decidiu trabalhar tal fato por determinado ângulo e não outro?

¹ A Nova Retórica ressignificou, ampliou e atualizou as reflexões aristotélicas sobre a questão do *orador*, incluindo aí também o jornalista, o político, etc. Da mesma forma foi ampliada a questão do auditório, sendo considerado também o público leitor de um jornal, os telespectadores de TV, ouvintes de rádio, etc.

À luz das conceituações propostas por Aristóteles, Ferreira (2010) explica que, numa matéria jornalística, é dentro do *logos* (razão) que reside nas estratégias que determinam os termos de uma frase e como elas se movimentam de algum modo, podendo moldar opiniões. “Uma análise superficial das escolhas lexicais já nos fornece pistas para entendermos a posição que o jornalista ocupa no discurso e para descobrirmos que, deliberadamente ou não, efetua uma apresentação de si mesmo no discurso” (FERREIRA, 2010, p. 28).

Em Aristóteles, na fundação do *ethos* retórico, o “orador”, neste caso o jornalista, deve provocar as emoções do “auditório” (leitores) através do discurso construído. Para isso, recorre ao *pathos*. É onde se encontra a carga afetiva dos discursos, valoroso, especialmente, quando o mercado de notícias preza por escrever e vender o que mais choca e impacta, ou seja, que mexe com o “*conatus*” da audiência, para relembrar um termo espinozano. “No discurso retórico, o esforço por despertar emoções, a simpatia (*pathos*) é carga emotiva que subjaz ao argumento e intenta captar a benevolência do auditório” (FERREIRA, 2010, p. 104).

Ainda, segundo Ferreira analisando o *ethos* retórico aristotélico, quando procuramos o “quem” em um texto, referimo-nos ao *ethos* e ao *pathos*. Se estamos preocupados em descobrir o “como”, recorremos ao *logos* e aos gêneros retóricos do discurso. Mas onde queremos chegar, de fato, com essa explanação?

A intenção é mostrar que é possível entender a natureza retórica presente nos enunciados jornalísticos, valorizados tanto pelo que significam quanto pela carga de sensações que despertam nos leitores de um jornal, por exemplo. A construção do *ethos* retórico nos jornais deve levar em conta, portanto, o conjunto de valores do seu público-alvo (auditório), e dentro dessa perspectiva o jornal monta o seu discurso. É, pois, na instância midiática que se legitimam as representações e máscaras existentes no *ethos*, que se apoia no simulacro midiático. O *ethos* por sua vez:

Leva em conta também as limitações e liberdades características do gênero textual em que se propõe a concentrar o conteúdo a ser dito, e desse modo, a intenção entre o orador e o auditório se efetua por meio da imagem que fazem um do outro, da adequação do discurso aos propósitos de um e aos anseios do outro. (...) o *Ethos* retórico pode ser entendido como um conjunto de traços de caráter que o orador mostra ao auditório para dar uma boa impressão. Incluem-se nesses traços as atitudes, os costumes, a moralidade, elementos que aparecem na disposição do orador. Não importa, pois, se o orador é ou não sincero: a eficácia do *ethos* é distinta dos atributos reais de quem assume o discurso (FERREIRA, 2010, p. 21).

Ou seja, os jornais constroem a própria imagem no seio social não só a partir da sua própria prática discursiva e de como eles imaginam o seu público, mas mediante também o imaginário “ético” que os leitores possuem do próprio veículo, que acredita no *ethos* de credibilidade construído socialmente pelo veículo. Verifica-se, pois, que o *ethos* aristotélico relaciona-se com o caráter de honestidade que o orador (jornal) mostrará para parecer digno de credibilidade perante os interlocutores.

Ao assumir a função de orador, o jornalista vale-se previamente de uma imagem positiva de si, de um *ethos* institucional sustentado na crença da existência de uma competente responsabilidade profissional e goza de um status reconhecido socialmente que lhe assegura o dizer e reveste este dizer que credibilidade (FERREIRA, 2010, p. 20). Há um jogo de máscaras na construção do *ethos*, o qual se funda no cruzamento de olhares entre quem fala e o seu interlocutor, o olhar daquele que fala sobre a maneira como ele pensa que o outro o vê. O *ethos*, pois, é o resultado dessa dupla identidade, que termina em se fundar em uma única imagem.

“O *ethos* é bem o resultado de uma encenação linguageira que depende dos julgamentos cruzados que os indivíduos de um grupo social fazem um dos outros ao agirem e falarem” (CHARAUDEAU, 2013, p.118). Ou seja, as máscaras em nossas mentes nascem irremediavelmente mediante a nossa própria visão do *ethos* de credibilidade que nós construímos da mídia. No dia a dia das redações, esta retórica quase sempre atua amparada na reprodução de um *habitus* construído socialmente.

1.6.3 O *habitus* e o *ethos* social

O conceito de *habitus* traduz a noção grega de *hexis* como um conceito que auxilia pensar nas características de uma identidade social, determinando um leque variado e heterogêneo de experiências singulares de socialização, inclusive, aquelas engendradas pela mídia. O termo ganhou força e originalidade com Pierre Bourdieu (SETTON, 2002), que encarou o conceito como um conjunto de esquemas de percepção, apropriação e ação que é experimentado e posto em prática, tendo em vista que as conjunturas de um campo o estimulam. “Em essência, o conceito de *habitus* busca romper com as interpretações deterministas e unidimensionais das práticas. Quer recuperar a noção ativa dos sujeitos como produtos da história de todo campo social e de experiências acumuladas no curso de uma trajetória individual” (SETTON, 2002, p.65).

Mas como pensar este conceito aplicado à mídia? Vemos que o *habitus* age no nível de uma subjetividade socializada, em que a construção da imagem do veículo de comunicação nasce a partir da forma como se dão as práticas ideologizadas dentro rotina de produção de notícias. Dessa forma, é possível afirmar que a construção de um *habitus* social da mídia conta com a contribuição do *ethos* para se constituir.

O *ethos* para Bourdieu é o conjunto de princípios interiorizados que guiam a conduta do indivíduo de forma inconsciente e que permite a adesão aos valores partilhados por determinado grupo social. Estes valores se refletem, portanto, na constituição da forma (geometria) e no discurso (praxis) dos jornais, o que nos leva a pensar numa ética ligada à estética da mídia.

Para Bourdieu, a maior parte das ações dos agentes sociais é produto de um encontro entre um *habitus* e um campo (conjuntura). Assim, as estratégias surgem como ações práticas inspiradas pelos estímulos de uma determinada situação histórica. São inconscientes, pois tendem a se ajustar como um sentido prático às necessidades impostas por uma configuração social específica (SETTON, 2002, p. 64).

Bourdieu sugere, desse modo, que a construção de um *ethos* social nasce a partir das experiências interiorizadas pelos indivíduos na vida cotidiana. Sejam estas experiências mediadas pelas instituições, que oferecem contratos simbólicos como os jornais, sejam adquiridas diretamente pelo indivíduo a partir das relações cotidianas. O *habitus*, portanto, é o resultado dessa trajetória subjetiva.

É possível refletir, a partir disso, que no jornalismo, o *habitus*, entendido enquanto conjunto de práticas interiorizadas pela profissão, forja o *ethos* do veículo. Um bom exemplo se reproduz quando os mais experientes, após anos de vivência no campo jornalístico, interiorizam valores impostos pela rotina de produção (capital cultural) e pela configuração social vigente, organizando, pois, a realidade nas páginas dos jornais a partir dos costumes. Essa prática rotineira edifica o *ethos* do veículo de comunicação e, com o decorrer do tempo, o cristaliza num *habitus*, neste caso, midiático.

Portanto, tanto em Aristóteles como em Bourdieu, conseguimos entender que a questão do *ethos* está ligada à produção de imaginários, ou seja, à síntese que os indivíduos, agindo socialmente, constroem de uma determinada realidade. O *ethos* em Bourdieu, no entanto, não está no nível retórico aristotélico, mais no âmbito sociológico, agindo diretamente na manutenção ou destruição de estereótipos no campo midiático. Neste sentido, os jornais, por meio do *habitus*, personificam o seu *ethos* discursivo

caracterizando a si próprios enquanto veículo. Trazendo essa discussão para o período eleitoral, os meios de comunicação optam por um “tom” ou uma “forma” do discurso, na cobertura política, que liga o caráter *editorial* a sua própria maneira de “construir” a realidade. O *ethos*, nesta perspectiva discursiva, é investigado a partir da enunciação e das estratégias que forjam as cenas do cotidiano durante a eleição.

1.6.4 O *ethos* político

A construção do *ethos* dos jornais perpassa, essencialmente, pelo papel discursivo que os meios de comunicação exercem, através da montagem de um “parecer ser”, isto é, do modo como se edifica uma identidade institucional. Como dito anteriormente, tem relação com o “tom” da produção de sentido construída nas páginas do periódico. Nesta perspectiva, oriunda dos estudos da análise de discurso, partes do conceito de *ethos* presentes na Retórica aristotélica são resgatados, ampliados e redefinidos com vista ao entendimento da prática enunciativa de um ponto de vista discursivo. Nesta perspectiva, entramos na questão da influência do *ethos* na política propriamente dita.

O *ethos* político, pois, define o caráter de *identificação* e *credibilidade* de uma pessoa a partir da enunciação. Ou seja, como nos traz Charaudeau (2013), cada um desses *ethé* procura projetar uma imagem de si mediante perfis socialmente construídos de competência, seriedade, virtude, inteligência, humanidade, chefia, solidariedade, coerência, sinceridade, etc. Neste caso, o *ethos* político resulta de uma simbiose “de traços pessoais de caráter, corporalidade, comportamentos, declarações verbais, tudo relacionado às expectativas vagas dos cidadãos, por meio de imaginários que atribuem valores positivos e negativos a essas maneiras de ser” (CHARAUDEAU, 2013, p. 137).

A imagem, portanto, projetada pelo ator político através do seu enunciado, portanto, é construída de acordo com a aparência de um *ethos* que não significa o caráter real e moral do personagem que fala. “Não se pode separar o *ethos* das ideias, pois a maneira de apresentá-las tem o poder de construir imagens” (CHARAUDEAU, 2013, p. 118). Com base neste entendimento, Charaudeau conceitua que o *ethé de credibilidade* resulta da construção de uma identidade discursiva por aquele que fala, promovida de tal maneira que o outro seja conduzido a julgar o sujeito da mensagem digno de confiança, de sinceridade e transparência (enquanto virtudes).

Já o *ethé de identificação* descreve e classifica o personagem político mediante uma polivalência de imagens projetadas por ele no debate público, voltadas para

descrever o próprio ser (o *si mesmo*), o cidadão (o *outro*, que pode se deixar influenciar pelo comportamento projetado no *ethos* do político) e um *terceiro ausente* (portador de uma imagem ideal de referência, como o tipo ideal weberiano).

Na corrida pelo voto, por exemplo, este jogo de máscaras é posto à prova e acabalegitimado pela mídia. Desse modo, a imagem midiática dos candidatos vai sendo forjada em meio aos conflitos próprios de cada contexto político e organizacional do próprio veículo. Desse modo, num período eleitoral, o *habitus* dos jornais ora dá visibilidade às propostas (*ethos* propositivo) e visões de mundo dos candidatos, ajudando a forjar o *ethos* político dos postulantes, ora assume um tom denunciador (*ethos* moralizante), de prestação de serviços (*ethos* informativo) ou silenciador de sentidos (*ethos* manipulatório), isto é, que evita o pluralismo da notícia.

Dessa forma, entendemos que a construção do *ethos* discursivo de um meio de comunicação num período eleitoral, está intimamente ligado ao tipo de *ethos* político que o veículo escolhe enquadrar naquele período específico. Ou seja, quando um jornal escolhe dar visibilidade a determinado “ângulo” noticioso sobre um candidato, definindo o que chamamos de “gancho” da matéria (*ethos* propositivo, denunciador, moralizante, informativo, manipulatório)², ajuda a construir sobre o postulante um *ethos* político de identificação e credibilidade e, ao mesmo tempo, forja o próprio caráter do veículo no contexto social.

Portanto, o *ethos* discursivo de um jornal funda-se no contato com o público como na projeção da imagem que ele constrói, quanto no contato com as fontes de informação que cultiva, neste caso, partidos e candidatos. E qual seria a consequência dessa prática? A construção de simulacros. Charaudeau (2013, p. 4) reflete, neste sentido, que o simulacro não representa, necessariamente, uma mentira. E nem uma verdade. Mas apenas mascara um jogo de ser e parecer “em que supostamente a pessoa não é enganada, pois reconhecer a máscara seria denunciar o simulacro”.

Na cobertura jornalística, o discurso político aparece edificado num *ethos* do sujeito público, imbuído da missão de montar uma imagem positiva de si perante os eleitores e mediante estratégias afeto-discursivas que provocam uma intensa batalha de sentidos na opinião pública, no sentido proposto por Lippmann³. Neste cenário de

² Essa classificação é nossa.

³ Para Lippmann, a opinião pública está longe das esferas de poder e não consegue obter opiniões pertinentes sobre os assuntos públicos, ficando na dependência das instâncias midiáticas.

conflitos, a montagem do *ethos* através do discurso político na mídia não se torna apenas aquilo o que decodifica a projeção imagético-social do candidato, mas é pelo o que se luta (poder da imagem). Na escritura jornalística, pois, o *ethos* retórico aristotélico pode ser investigado a partir do estudo crítico das estratégias persuasivas do jornal. Da noção de *ethos* em Bourdieu é possível pensar os discursos da imprensa mediante a constituição de um *habitus* linguageiro (ética discursiva) forjado pelas práticas da profissão no cotidiano.

2 ÉTICA E POLÍTICA: UMA RELAÇÃO ANTINÔMICA?

Antes de compreender a relação entre ética e política, se faz importante refletir, de forma introdutória, sobre a dimensão do político, percebendo-o como fruto das relações próprias de um campo e do trabalho humanos que vão além da mera política partidária. Como sugere Rosanvallon (2010), um campo onde ocorrem as inúmeras relações humanas fundadoras de uma geometria social dotada de sentido. E um trabalho onde as pessoas, a partir da prática política cotidiana, assumem características de uma sociedade organizada, o que leva à edificação de cidades.

Elas nascem “graças ao processo conflituoso de elaboração de regras explícitas e implícitas acerca do participável e do compartilhável que dão forma à vida da polis” (ROSANVALLON, 2010, p. 72). Desse ponto de vista o conceito político ultrapassa a noção da prática política, especialmente, da prática dentro da luta pelo poder que envolve os discursos num contexto eleitoral. É preciso, pois, compreender o político não se limitando a apenas alguns aspectos econômicos ou culturais, o que seria um reducionismo conceitual. Mas compreendê-lo a partir do contexto histórico de cada cultura política, a qual se modifica com base nas transformações da convivência ética das sociedades. Portanto, uma percepção ampla e globalizante do político, encarado desta forma como um processo, ensina que na sua dimensão existe um elo de sociabilidade entre a vida cotidiana e a construção dos valores da cidade. A noção proposta por Rosanvallon (2010, p. 73), sobre a dimensão do político o qualifica como:

Tanto uma modalidade de existência da vida comum, quanto uma forma de ação coletiva que se distingue implicitamente do exercício da política. Referir-se ao político e não à prática política é falar do poder da lei, do Estado e da nação, da igualdade e da justiça, da identidade e da diferença, da cidadania e da civilidade, em suma, em tudo aquilo que constitui a polis para além do campo imediato da competição partidária pelo exercício do poder, da ação governamental e da vida ordinária das instituições.

O político é, assim, um sistema simbólico de ideias fabricadas visando o bem-estar dos homens, regido desde as microrrelações cotidianas, no dia a dia das pessoas, até a uma escala institucional, representada atualmente pelos governos, já no âmbito da prática política. Chauí (2006) recorre à etimologia quando explana que a palavra política vem do grego, *ta politika*, vinda de *pólis*, que é a cidade no sentido de comunidade organizada formada pelos cidadãos (*politikos*). É fácil entender, a partir daí, que todos nós somos

atores políticos em nosso cotidiano, bem como as instituições agem como atores políticos num campo de tensões e processos conflituosos de aquisição e manutenção de poder.

Percebe-se que a história do conceito político – encarado aqui como um lugar dos valores simbólicos idealizados - diferencia-se da história da prática política. Essa última é do âmbito do dialético, que segue cronologias, interpreta o resultado de eleições e examina uma sucessão de acontecimentos. Já a compreensão do político nos indica para uma dialogia de inúmeras relações idealizadas dentro da *polis*. Ambos os caminhos levam irremediavelmente à ética, enquanto prática de aprimoramento da convivência social. Desse ponto de vista, entende-se a ética como geradora de “modelos do bem viver”, como propõe MIET (2004, p. 151), e é proporcionalmente impregnada do conceito do político e de sua práxis.

Ou seja, não se pode desatrelar a ética nem da noção do político, nem da noção de prática política, como sintetiza Charaudeau (2013, p. 44), ao refletir que o conceito do político remete a “tudo que nas sociedades organiza e problematiza a vida coletiva em nome de certos princípios, certos valores que constituem uma espécie de referência moral”. Ainda, conforme o autor, a prática política concerne mais particularmente à gestão da vida coletiva na qual estão implicadas diferentes instâncias (de governança e cidadania) que regulam suas relações mediante um jogo de poder e contra-poder.

Charaudeau nos leva a concluir, portanto, que ambos os conceitos convivem reciprocamente no nosso dia a dia. “A prática política não pode ser concebida sem os princípios do conceito político que a funda, e o conceito de política não teria razão de ser se não fosse colocado à prova pela prática política que, em contrapartida, o questiona” (CHARAUDEAU, 2013, p. 45). A prática política ao longo do seu processo histórico tornou-se um grande palco móvel de antinomias onde a dimensão da ética frequentemente é resumida e usada como ferramenta retórica para se obter o poder. Miet encara essa relação como uma estratégia corriqueira no discurso político e, ao mesmo tempo, hipócrita:

Quando surgem defeito de conduta na vida pessoal, no trato com o público ou proibidade profissional, gosta-se de empregá-la contra o adversário político ou até para favorecer a própria carreira política. Os critérios que ocasionalmente se utiliza para fazer isso, muitas vezes não são preenchidos nem pelos que se valem deles, de modo que facilmente se sente um ressaibo de hipocrisia por ocasião do uso das clavas morais politicamente aplicáveis (MIET, 2004, p. 207).

Neste sentido, a ética dentro da prática política vem sendo encarada como mecanismo que induz à credibilidade, uma moeda de troca valiosíssima do ponto de vistas do jogo pelo poder, o que reforça o senso comum de discursos como “no amor e na política, tudo é permitido” ou o clássico maquiavélico “os fins justificam os meios”. A intenção, na verdade, é se valer de uma imagem politicamente correta numa estratégia onde os meios não são julgados, pois o que vale nessa lógica são os fins, o que nos leva refletir sobre a relação antinômica entre a ética e política. Sobre essa relação, Miet (2010, p. 209) reflete que a prática política se desenrola em dois níveis:

Um dos níveis é o jogo real de poder e imposição, o outro é a maneira como se informa sobre ele e como se produz uma controvérsia “simbólica” sobre ele, que antes obscurece a verdadeira questão em vez de torná-la transparente. Discute-se a guerra justa e a intervenção militar para prevenir massacres, mas na realidade trata-se de poder econômico e esferas imperiais de influências. Ou discute-se como salvar o Estado social. E na verdade trata-se de como restringi-lo para produzir mais espaços de manobra para o que detêm o poder. Isso deixa claro que a política se orienta no poder, seja na obtenção de poder, seja na adaptação a poderes preexistentes visando conseguir ou preservar o máximo de poder possível.

A ética desse modo é encarada apenas como meio para se atingir um objetivo político, sobreposta pelo interesse de se obter ou manter-se no poder. No entanto, ainda seguindo o raciocínio de Miet, espera-se que a prática política tenha na ética uma espécie de consultora de consciência, onde o ator político possa dominar seus instintos de poder com o auxílio da responsabilidade ética, o que o autor encara como uma ilusão. Ele exemplifica essa contradição jogando nas mãos dos eleitores a responsabilidade de escolher representantes que tenham claras suas disposições: tanto de alcançar fins considerados benéficos para a cidade, estado ou nação a partir de práticas políticas condenáveis no âmbito da ética. A outra, que optem por um representante que tome medidas consideradas éticas para se chegar a um fim não tão ético assim, numa lógica inversa: “os bons fins justificam os maus meios”.

Em relação a isso gosta-se de apresentar um exemplo: um político tem de ser pessoalmente justo e moral e íntegro para fazer as melhores leis? A resposta fatalmente será não. Por essa razão, não deveríamos nos espantar demais pelo fato de, no caso dos políticos, a avaliação dos fins e a avaliação dos meios divergirem (MIET, 2010, p. 210).

Muitas vezes os fins políticos entram em conflito com os fins éticos e em várias ocasiões tomam-se decisões com base apenas numa “ética de convicção”, como nos sugere Max Weber (2013), onde as consequências de uma ação política acabam

subjugadas pelas finalidades que a criaram. Miet encara a ética nessa discussão como essencial para indicar à prática política o que é certo – do ponto de vista da convivência boa e honesta entre os homens. “Muitas vezes já se mostrou como se faz política unicamente em função do poder e sem escrúpulos éticos, no reverso disso, porém está a experiência de que se necessita a ética para saber o que é correto” (MIET, 2010, p. 209). Na relação antinômica entre ética e política exige-se do político, no entanto – ainda seguindo Miet – que ele construa sua prática a partir de fins corretos, íntegros e estrategicamente prudentes.

A “medida a olho” requerida nesse tocante deve estabelecer a relação adequada entre todas essas exigências. É claro que, em vista da finitude e falibilidade que, quer queiramos ou não, são próprias do ser humano, não faltarão erros e falhas morais. Do público e de cidadãos e cidadãos bem informados se exige – em contrapartida, que chamem de falso o que é falso, no que se refere aos fins tanto quanto aos meios. Mas que, simultaneamente, estejam dispostos a respeitar falhas admitidas e fraquezas morais. Pois a hipocrisia e a corrupção conseguem medrar somente onde não é mais possível falar uma palavra sincera sobre as próprias falhas e fraquezas, porque isso representaria a sentença de morte política. Nesse ponto, tem-se o início do ciclo de falta de credibilidade (MIET, 2010, p. 212).

Mo Sung e Silva (1995) também concordam com essa visão antinômica entre ética e política ao refletirem que estes dois conceitos sempre viveram uma relação conflitiva e tensa. Na visão deles, isso se reflete atualmente numa crise generalizada do sistema político, principalmente, diante pressão e a conscientização da população com base em critérios éticos. Por meio deles é que vem se colocando contra a parede dia após dia, seja via imprensa, em atos públicos ou pelas redes sociais, o cansaço de uma prática política clientelista, autoritária, corrupta e demagógica.

Questionando-se, dessa forma, a real eficácia do sistema representativo em que vivemos, já que a sensação aparente que nos sobra diante desse quadro é de total falta de representação e participação no aprimoramento da prática política da qual fazemos parte. Mo Sung e Silva fazem uma análise crítica dessa relação, partindo especialmente do contexto da evolução das culturas políticas ao longo do processo histórico humano, tendo como objetivo não apenas mostrar o quanto a política se afastou dos princípios morais, mas também dos seus próprios princípios, cenário que resume mais ou menos um contexto em que:

De um lado os cidadãos têm uma ação cada vez mais limitada na esfera pública, caindo no individualismo e na apatia, levando à perda de legitimidade do sistema político. De outro, os políticos, com raras e honrosas exceções, fazem da coisa pública um negócio privado, buscando o enriquecimento pessoal,

trabalhando para favorecer interesses dos grandes grupos econômicos. Os escândalos de corrupção, fraudes em concorrências públicas, desvio de verbas parecem ser parasitas que vivem nos órgãos públicos dos Estados de todo o mundo (MO SUNG e SILVA, 1995, p. 78).

Entre as causas da crise do sistema político, que acaba gerando uma crise ética, os autores indicam a força da burocratização do Estado moderno, que gerou um excesso de racionalização no âmbito estatal e um aumento do poder dos chamados “tecnocratas”, ou seja, funcionários e técnicos responsáveis pela manutenção da máquina política. Desse modo, Mo Sung e Silva (1995, p. 75), afirmam que a crescente burocratização da administração levou a cada vez menos participação popular pois “muitas das decisões passaram a ser tomadas por funcionários de cargos públicos burocráticos, transformando as questões políticas em questões meramente técnicas, afastando assim a maior parte da população das discussões sobre políticas públicas”. Ou seja, a burocracia passou a ser ferramenta inerente da instituição democrática, o que implica numa grande contradição, já que deveria proporcionar aberturas no sentido de encorajamento do povo. Mas, nessa lógica, a máquina estatal fechou-se com o fortalecimento burocrático de caráter indireto onde as questões políticas viram-se cada vez mais transformadas em questões de responsabilidade de burocratas. É o que podemos ver nos dias de hoje, onde:

O resultado de tudo isso foi, em grande parte, o aumento da ineficiência do Estado em atender as demandas sociais e o desvio do dinheiro público. Tais efeitos são suficientes para mostrar que, sem uma ação que retome o princípio de que a política existe para servir ao bem comum de todas sociedades, dificilmente esse quadro mudará (MO SUNG e SILVA, 1995, p. 80).

Desse modo papel da ética na política não significa pretender abolir o sistema político, mas transformá-lo, aprimorando-o e corrigindo os excessos de formalização do sistema, complementam os autores. Eles enxergam na participação popular direta da população a melhor prática para se constituir uma cultura política ética, que pressupõe um maior controle da sociedade sobre os órgãos públicos. Atualmente, vários movimentos, imbuídos de imperativos éticos, estão pressionando e reivindicando melhorias nesse processo forçado uma correção urgente na prática política, especificamente, brasileira, já que sozinho o sistema política parece não ter forças (ou vontade) de se modificar justamente para não interferir em privilégios de uma minoria.

O sistema político parece distante de se auto-formatar, principalmente, porque é alimentado em seu cerne pelo jogo político de forças, nem sempre dispostas a reconhecer o interesse do outro lado (MO SUNG E SILVA, 1995). É nesse cenário em que se encaixa

o discurso político, o qual se apresenta no âmago da prática política vista aqui como lugar de exercício do poder e de influência para compartilhar as ideias e governança (CHARAUDEAU, 2013). Por isso a importância do seu estudo. Do ponto de vista da ética, o discurso político é um gatilho que dispara valores e que pode construir imaginários tão perigosos para a democracia quanto um gatilho de uma arma de fogo, com capacidade de afetar diretamente a construção do *ethos* social.

2.1 PARA COMPREENDER O DISCURSO POLÍTICO

2.1.1 Breve incursão na noção de cultura política

Para investigar as engrenagens existentes no discurso político, e dessa forma caracterizá-lo como tal, se faz importante compreender antes disso as condicionantes sociais que ajudam na constituição dessa cultura. Falar em cultura política nesse contexto é trazer à tona a importância de perceber o comportamento do ator político na esfera pública, diante a imprensa e seus eleitores, palco social onde brota um manancial simbólico de representações, como sugere Bernstein, que analisa o termo *cultura política* do ponto de vista do processo histórico.

Os historiadores entendem por cultura política um grupo de representações, portadoras de normas e valores que constitui a identidade das grandes famílias políticas e que vão muito além da noção reducionista dos partidos políticos. Pode-se concebê-la como uma visão global do mundo e de sua evolução, do lugar que ocupa o homem e também da própria natureza dos problemas relativos ao poder, visão que é partilhada por um grupo importante da sociedade num dado país e num dado momento de sua história (BERSTEIN, 1999, p. 31).

Isso implica dizer que num dado contexto histórico é possível identificar a existência de diversos sistemas de representação que dialogam entre si ou, muitas vezes, se chocam e rivalizam mediante o aparato do discurso político, seja num ambiente eleitoral, na igreja, na escola, no trabalho, na família e na mídia. É a partir dele que o ator político constrói seu *ethos* social e expõe sua visão de mundo, como pensa a organização da sociedade e revela o seu lugar de fala, transparecendo os interesses que o motivam. Tudo se reflete no comportamento do orador. A cultura política cresce, então, ao longo do processo histórico forjando representações sociais e encontrando na ética o ingrediente para a constituição de modos de ser e agir.

Se discute essa relação buscando um entendimento na visão que possui Kant de cultura, vista a grosso modo como “o reino da vontade humana, da ação dotada de finalidade e liberdade, tais como se exprimem na ética e na política (...)” (CHAUÍ, 2006, p.247). Ou seja, a cultura política é vista como geradora de sistemas morais de pensamento voluntariamente aceito são longo do processo histórico. “Assim, cada cultura política encontra no passado uma provisão quase inesgotável de dados-chave, textos seminais, fatos simbólicos e galerias de grandes personagens que são apresentados como modelo a seus fiéis” (BERSTEIN, 1999, p.34).

O discurso político nesse aspecto se encaixa e se modifica atendendo não apenas a condicionantes meramente linguísticos, mas, e acima de tudo, de ordem histórico-social e em sintonia com as constantes transformações da cultura política de uma sociedade, tal qual a ética vem fazendo ao longo das eras. As mídias são sem dúvida, neste âmbito, um canal importante para manutenção ou rejeição de um processo político, porque “vão aos poucos incutindo temáticas, modelos, argumentações, criando assim um clima cultural que prepara para aceitar como natural a recepção de uma mensagem de conteúdo político” (BERSTEIN, 1999, p.39).

Pode-se compreender, desse ponto de vista, que o nascimento de uma cultura política representa a fundação de uma nova ética, essa encarada como mecanismo social que os homens encontram para conviver melhor e aprimorar a difícil prática de coexistir. Antes de tudo, portanto, a cultura política passa a ser um ato individual do ser humano imerso dentro de um processo histórico, está dentro da ética e em seu cerne se reproduz através do hábito. Do ponto de vista do ator político, ele encontra na cultura política o repertório cultural fundador do seu discurso, que pode tanto fazer coro aos interesses de uma cultura política dominante como de uma cultura de minoria.

2.1.2 Discurso político: imaginários e estratégias

O discurso político, segundo Charaudeau (2013), tem o propósito de abranger toda experiência existente no dia a dia das pessoas e do governo, os quais fazem parte de um contrato social. Nele, a instância cidadã e a instância política compartilham de um mesmo ideal de sociedade, onde essa última propõe via discurso melhorias visando o bem comum e a primeira cobra ações com base em necessidades coletivas na busca de um ideal de bem soberano e social. “A tarefa do discurso político, é portanto, determinar, de acordo

com seu propósito, esse ideal dos fins como uma busca universal das sociedades” (CHARAUDEAU, 2013, p. 189).

Mas como atuar no sentido de uma polícia universal diante a pluralidade humana, seus diversos e heterogêneos interesses? Charaudeau encara isso como um paradoxo que está no cerne do discurso político, pois nele está uma cultura política específica e um universo de valores predominantes que, em tese, deveria aproximar e unir as diversidades, mas que não acaba agradando a todos.

A estratégia proposta, portanto, está no desafio de como apresentar esses valores, de que maneira, condição que nos leva inevitavelmente a pensar na montagem da melhor “cena” que possa agradar o máximo de pessoas possível. A instância política (como também a cidadã) deve saber apresentar quais valores sociais partilhar. “Pode-se mesmo dizer que é na maneira de apresentar os valores que estes adquirem sentido no espaço político, isso é preciso que a apresentação satisfaça a certas condições de simplicidade e de argumentação” (CHARAUDEAU, 2013, p. 97).

A *condição de simplicidade* obriga o político a discursar para um público heterogêneo e compartilhar valores universais que possam ser compreendidos por uma maioria. O objeto com isso é não se “isolar” do público buscando uma espécie de “denominador comum” das ideias do grupo, o que pode gerar um processo de falsa verdade, já que o político se baseia numa lógica de simplificação. Dentro desse processo existe a estratégia denominada por Charaudeau de *essencialização* que consiste em transmitir um pensamento baseado numa fórmula resumida de discurso, divulgando a essência desse valor ou ideia. Quanto mais uma fórmula é concisa, mais ela terá poder de atrair a atenção.

O discurso político munuiu-se de procedimentos desse gênero na esperança de causar impacto no público. Empregam-se palavras que, desligadas de seu contexto original, passam a ser empregadas de maneira absoluta. Na visão de Charaudeau, esse procedimento faz com que o discurso político tome um efeito aproximado do *slogan* publicitário, mas com uma ressalva:

(...) um slogan “L’Oréal, a eterna juventude” não engana ninguém do ponto de vista de sua força de verdade: reconhecemos nele apenas uma força de sonho e de sedução. Em contrapartida: “a imigração, a praga de nosso século” é um *slogan* capaz de adquirir uma força de verdade para quem quer crer na sua essencialização. É verdade, porém, que tanto em um caso como em outro, o slogan visa produzir junto àqueles que o recebem um efeito de adesão passional mascarada por uma ilusão racional, pois o sentido veiculado está impregnado de uma razão emocional que excede largamente o que é dito explicitamente (CHARAUDEAU, 2013, p. 100).

Já na *condição de argumentação* interesse é persuadir a partir de um efeito de força discursiva que transmite a ideia de convicção e certeza quando se fala. “Não se trata tanto de desenvolver um raciocínio lógico com abordagem explicativa ou demonstrativa, (...) mas de mostrar a força da razão. O desafio não é o da verdade, mas o da veracidade: (CHARAUDEAU, 2013, p. 101). Baseado nisso, a intenção do ator político é passar a impressão de que aquilo que se fala é coerente, estratégia que o obriga a buscar efeitos de prova daquilo que diz através de um raciocínio causal. Existem dois tipos de raciocínio causal simples no discurso político, segundo Charaudeau (2013): *principista-ético* e o *pragmático*.

O primeiro, acarreta numa obrigação moral, jogando no colo do público o “dever ético” de seguir na direção a qual se projeta como a correta. Por exemplo: “Por uma Paraíba forte, vocês votarão por um projeto moderno e jovem como o nosso”. O segundo é assim chamado por apresentar uma premissa que leva a uma consequência, visando um objetivo, colocando o eleitor diante uma responsabilidade: “se baixarmos os impostos, aumentaremos o poder de compra”, “vote para salvar a Paraíba do atraso e da perseguição”.

Mas o discurso político é formado não só pelo *logos* – que remete à argumentação do enunciado, como vimos acima -, sobre ele exerce forte influência o *pathos* e o *ethos* que agem no nível da emoção e mexe com os universos afetivos do público por meio dos “modos de dizer” e da imagem do candidato. Autores como Edmundo Dantas (2010) encaram o discurso “publicitário” como essencial para a comercialização da imagem de um personagem político.

Ao analisar o teatro discursivo durante uma eleição, ele assegura que as campanhas modernas investem cada vez mais num “produto político” onde o atrativo principal é a aparência e admite que sob a ótica do marketing, o político seja na fase eleitoral ou pré-eleitoral, é um visto como um produto qualquer ser comercializado, com diferença da fala. Desse modo, a imagem daquele político também transmitida a partir de suas ideias representa, na verdade, um “comércio” de valores e éticas.

Um político que se oferece, portanto, aos eleitores como uma esperança para atender seus anseios e expectativas é um produto que tem um “preço” e pode ser “comercializado” da mesma forma como se pode comercializar um automóvel e um sabonete. A única particularidade de um político que ele, como ser humano, está sujeito a arroubos e emoções, mexe-se, gesticula e fala. Principalmente fala. Essa característica tão marcante faz do político um produto relativamente mais difícil de gerenciar (DANTAS, 2010, p. 51).

Neste sentido, Charaudeau (2013) concorda com a transmutação do discurso político ao afirmar que não é mais tanto o conteúdo das ideias o foco das atenções nos discursos, mas o modo de ser e o parecer do candidato na projeção de sua imagem durante a sua encenação no espaço público. Um exemplo emblemático desse tipo de estratégia marcou as eleições presidenciais de 1989, entre Lula e Collor, quando este último, contando com uma boa ajuda da mídia, teve a sua imagem “ofertada” aos “consumidores” como um sujeito inovador e moderno.

Há nesse ponto de vista uma inversão do *logo* em função do *ethos* (imagem) e do *pathos* (emoção), características que ganharam potência com a midiaticização das campanhas. Perpetua-se com isso uma prática política teatralizada, voltada para o espetáculo, o pitoresco e a construção de imaginários onde os valores do *ethos* e do *pathos* terminam por assumir o lugar de valores de verdade (Charaudeau, 2013).

Desse ponto de vista, a encenação no discurso político misturando *logos*, o *ethos* e *pathos* tenta fazer o eleitor aderir a determinado sistema de valor, diante a construção de um papel social que ele assume mediante a argumentação e o imaginário, levando-o a ser “tomado por uma dramaturgia que o obriga a construir para si um personagem, certa figura que vale como imagem de si e que faz com que a construção do *ethos* tenha características próprias” (CHARAUDEAU, 2013, p. 85). Poderíamos falar, portanto, de uma política de teatrocracia.

2.1.3 Teatrocracia e imaginário

Começamos este tópico inspirados numa reflexão do dramaturgo inglês William Shakespeare (1564-1616), quando disse que o mundo é um grande palco onde homens e mulheres encenam diariamente e trocam de máscaras e papéis conforme muda o ambiente em que estão. Ou seja, um mundo onde cada um deve “pagar seu tributo cotidiano à teatralidade” (EVREINOV *apud* BALANDIER, 1982, p. 5). Para começar a compreender os aspectos que definem o discurso político propriamente dito, pensamos na necessidade de refletir sobre o poder simbólico que ele exerce.

Nessa perspectiva, buscamos guarida no que Balandier (1982) define como teatrocracia. O termo remete a um tipo de organização social baseado numa cultura da encenação, do espetáculo incorporado na dimensão do político. A teatrocracia “regula a vida cotidiana dos homens em coletividade. É o regime permanente que se impõe aos diversos regimes políticos, revogáveis e sucessivos” (BALANDIER, 1982, p. 5). O autor, portanto, investiga a questão do poder em cena como mola propulsora de ações

dramáticas presentes no cotidiano tanto das instituições políticas como no âmbito da socialidade. A teatrocracia, desse modo, é encarada como um hábito que liga as ações humanas e organizações regendo um drama encenado no âmbito das relações de convivência na *polis*. Para ele, as técnicas dramáticas não são utilizadas exclusivamente no teatro, mas também na direção da cidade.

Neste contexto, o poder político não se sustenta somente pela força e violência do Estado, ou apenas por ações racionais, como cita, mas precisa de uma projeção imagética, onde o ator político comanda o real através do imaginário, o qual possui força de “sacralizar” acontecimentos e construir o *ethos* político.

Todo poder político obtém finalmente a subordinação por meio da teatralidade, mas aparente em certas sociedades que outras. (...) As manifestações do poder não se acomodam bem com a simplicidade. A grandeza ou a ostentação, a decoração ou o fausto, o cerimonial ou protocolar geralmente as caracterizam. O poder utiliza aliás meios espetaculares para marcar sua entrada na história (comemorações), expor os valores que exalta (manifestações) e afirmar sua força (execuções) (BALANDIER, 1982, p.10).

Faz importante ressaltar que o discurso político, nesse contexto, ficaria num segundo plano diante a força imagética do espetáculo, já que importa é a maneira de dizer. Desse ponto de vista, Charaudeau (2013) também reforça a potência dos imaginários no discurso político analisando o seu papel para a construção do *ethos* político e a difusão de uma cultura política específica. O autor recorre a Castoriadis para definir imaginário social dentro desse contexto como “uma imagem da realidade, mas uma imagem que interpreta a realidade, que a faz entrar num universo de significações” (CHARAUDEAU, 2013, p. 202). O conceito foi introduzido por Castoriadis entre os anos 70 e 80, visto como um conjunto de significações fundadores de identidades que, na medida, que “mantém uma sociedade unida, é o que cimenta seu mundo de significação” (CASTORIADIS *apud* CHARAUDEAU, 1982, p. 204).

Apesar da diversidade nas abordagens que o termo “imaginário” suscita ao longo do tempo em diferentes linhas das ciências sociais e humanas, representações nasceriam de um processo de adequação e socialização do sujeito diante o choque direto com a realidade e seu repertório cultural. Desse modo, entre o real e o sujeito “existe um processo de interpretação pelo qual a realidade é construída em função da posição do mesmo sujeito e das condições de produção que provêm do contexto social em que ele mesmo se encontra” (CHARAUDEAU, 2013, p. 194).

Assim, compreende-se que o imaginário não tem nada a ver com imaginação, fábula ou fantasia. Mas sim, se apresenta como uma imagem da realidade com base na percepção cultural do indivíduo, que a partir daí produz um universo de significações diante um processo cultural de interpretação.

Ao descrever o mecanismo de representações sociais aventamos com outros a hipótese de que a realidade não pode ser apreendida enquanto tal, por ela própria: a realidade nela mesma existe, mas não significa. A significação da realidade procede de uma dupla relação: a relação que o homem mantém com a realidade por meio de sua experiência e a que estabelece com os outros para alcançar o consenso de significação. A realidade tem, portanto, necessidade de ser percebida pelo homem para significar e é essa atividade de percepção significativa que produz os imaginários, os quais em contrapartida dão sentido a essa realidade (CHARAUDEAU, 2013, p. 203).

A partir desse ponto de vista sobre a importância das representações sociais para a construção de imaginários teatralizados é possível investigar sobre que tipos de imagens o discurso político pode suscitar na cabeça dos eleitores. Com base no estudo do discurso político proposto por Charaudeau, entende-se que este mecanismo possui inúmeros propósitos, dentre eles, o de persuadir a partir das referências a valores da vida comunitária, emanados – mesmo que apenas no nível retórico – na noção de bem-estar social de cada pessoa. Mas, apesar da simbologia de credibilidade e apreço ao humano, o discurso político se vale, além desses conceitos – que são defendidos por todos os postulantes durante uma eleição -, de um amplo jogo teatral com vistas a sustentar o que Charaudeau chama de *força de verdade*. Segundo o autor, esta é “uma força que deve ser superior a do adversário ou do contraditório, na verdade superior a de qualquer outro que em algum momento poderia a ela se opor” (CHARAUDEAU, 2013, p 209).

Além da estratégia de transparecer um “efeito de verdade” com base numa teatralidade imagética, o discurso político se vale em sua fundação do interesse persuasivo e da projeção do *ethos*, com o intuito de aparentar uma visão de mundo que, necessariamente, não seria a real de um candidato.

Isso leva a concluir, numa conexão com Maffesoli (*apud* NIETZCHE, 2009), quando diz que a profundidade das ações humanas estão escondidas em meio as suas aparências, num entendimento de que a compreensão da “superfície” é essencial para entender o cerne das dinâmicas do social. O poder encenado não existe, no entanto, apenas no âmbito do discurso dominante, pois no outro lado está o contra-poder. Desse ponto de vista, Balandier (1982) assegura que a representação social na arena política é

uma ação de inúmeros aspectos onde a espetacularização não depende somente dos papéis encenados no âmbito do poder dominante.

A sociedade não depende exclusivamente da coerção, das relações de força legitimadas, mas também do conjunto de transfigurações de que é, ao mesmo tempo, o objeto e a realizadora. Sua ordem permanece vulnerável, ela é portadora de perturbações e de desordem, geradores de ardis e dramatizações que mostram o poder em negativo (BALANDIER, 1982, p. 21).

Ou seja, a instância cidadã (CHARAUDEAU, 2013) também é co-participante desse teatro político, o que significa que ela não está refém da encenação dos governantes. A teatralidade é ao mesmo tempo um meio e um fim, tanto para enaltecer a hegemonia de uma cultura política quando para combatê-la, denunciando assim o seu lado perverso. Do mesmo modo, Balandier constata que o efeito de teatralidade política e seus rituais não é uma forma de reduzi-la a um jogo de meras aparências e jogos ilusórios. Retomemos a ideia, com base na citação de Mafesolli, de que a profundidade das coisas está nas aparências. É o que faz Balandier pensar a teatralidade como produto de um processo social:

É uma resultante, tudo ocorre para isto, desde as relações sociais definidas pelo sistema de produção até as constituídas pelos valores e imaginários coletivos. Se nos lembrarmos que toda a sociedade está em evolução, jamais acabada, que sua unidade só é realizada pela imagem imposta justamente pelo poder dominante, que suas pretensões e prescrições nunca estão inteiramente de acordo com a realidade vivida, pode-se compreender melhor a necessidade de produzir efeitos que tenham uma função de compensação (BALANDIER, 1982, p. 21).

Gumes (2000) reforça essa potência imagética das campanhas encarando-a como decisiva para a escolha do eleitor quando concorda que boa parte da disputa política se resume na busca pela construção e controle de um imaginário atraente dos atores envolvidos no jogo político. Essa estratégia recai não apenas na figura do candidato, mas também na imagem de pessoas, empresas e grupos que o apoiam. A imagem é construída através de uma série de aspectos denotando qualificação (valores, atitudes, opiniões, etc.) capazes de criar personalidades próprias destes espaços. São esses fatores associados que resultam numa construção simbólica, criando uma imagem social. Nela interfere características como modos de falar, de se vestir ou de se posicionar diante as câmeras, como explana Gumes:

São acionados elementos derivados das atividades efetivas do ente social, trabalhadas composições relacionando elementos antagônicos, como dados da vida privada, na construção da imagem pública. Em contextos dados, criados propositadamente ou não, os atos públicos são automaticamente associados a outros fatos, a outros acontecimentos que têm sua importância e significação no imaginário social. E o eleitor, de fato, vota nessas imagens, no que é tomado público e que ele acredita (GUMES, 2010, p. 127).

Ou seja, o eleitor tende a votar num *ethos* socialmente aceito e que se encaixa em normas da cultura política vigente. Por isso, quando discursa um político, ele não pode falar apenas visando atingir um grupo, mas uma massa heterogênea que transforma o discurso político numa espécie de mosaico ideológico. A intenção é agradar a maioria, o que leva o político a assumir a construção de um *ethos* que necessariamente não refletirá a sua integridade, o que leva o público a um nível de credulidade com base na força de verdade que a imagem que se projeta.

2.1.4 Imaginários de verdade

Nesse jogo de valores simbólicos é preciso mostrar “força de verdade” no discurso político, mediante no que Charaudeau (2013) denomina de “efeito de verdade”. É necessário, portanto, que o político saiba inspirar confiança, admiração, que saiba aderir a uma imagem de líder construída no imaginário coletivo dos sentimentos e emoções das pessoas. Esse efeito depende das representações sociais construídas a partir da teatralidade do discurso e da interpretação que cada grupo social faz de seus imaginários.

Charaudeau agrupou os principais imaginários de valor emanados na retórica política com base em grandes imaginários sócio discursivos, focando no que lhe pareceu mais na dramaturgia do universo político, detalhando os imaginários de: “tradição”, “modernidade” e “soberania popular”. O primeiro é sustentado por discursos que relacionados a um passado onde se projeta uma imagem de “pureza”, onde as práticas políticas de outra época servissem como exemplo de um tempo perdido e que deve ser resgatado sob o risco de uma degeneração total do futuro. É o discurso que sustenta um imaginário de “volta às origens”.

Esse é um imaginário, segundo Charaudeau, estimulou as massas ao longo da história em missões armadas, justificando guerras e preconceitos étnicos, homofóbicos, migratórios. “É para rememorar esses valores que servem os monumentos homenageantes e outras cerimônias, reuniões e reuniões comemorativas como se fosse

preciso a todo custo manter uma espécie de ‘linha de crença’ que transcendesse à história” (CHARAUDEAU, 2013, p. 212). Um imaginário que combate, em seu cerne, o imaginário de modernidade suscitando pureza, fidelidade e responsabilidade.

Já o “imaginário de modernidade” se refere a um conjunto de representações como os eleitores estão vendo a sua condição presente, em comparação com o passado. “Pode-se, portanto, aventar que a hipótese de que, a cada momento presente de sua história, os grupos sociais se dotariam de um imaginário de verdade, sempre tomando como base a época precedente” (CHARAUDEAU, 2013, p. 215), onde o presente levaria vantagem na confrontação com as práticas políticas do passado, diante a libertação de sua herança e do crédito no progresso da continuidade de ações para melhoria e aprimoramento da ética social centrados ora num discurso econômico, ora tecnológico.

O terceiro imaginário de verdade proposto por Charaudeau é o de “soberania popular”. Nele, os eleitores são apontados como os responsáveis pelos rumos da coletividade. O discurso político projeta esse imaginário concedendo ao povo uma espécie de valor divino que levaria ao bem-estar social, onde os eleitores são ‘ungidos’ a um patamar racional que guia os cidadãos a partir de uma soberania natural centrados no discurso de direito à identidade, igualitarismo e solidariedade.

Nesse imaginário é “representante de uma opinião coletiva consensual resultante de uma deliberação ao longo da qual foram confrontados pontos de vista diferentes e tomadas decisões contrárias” (CHARAUDEAU, 2013, p. 227). Aliado a isso, soma-se a estratégia da persuasão do discurso como o mentir verdadeiro. Discutir a persuasão no discurso político é percebê-lo como ferramenta dentro de um processo em que se enfrentam várias forças simbólicas e divergentes na busca pela legitimidade do poder. A persuasão neste aspecto pressupõe a adesão de várias pessoas a seu conjunto de valores.

Charaudeau, nessa missão, analisa que o ator político assume um duplo desafio: o primeiro, de se adaptar discursivamente à heterogeneidade do eleitorado e ao mesmo de fazê-lo, em meio a sua diversidade, acreditar na simbologia de seus valores. Fenômeno que o autor chama de “dupla identidade discursiva”. Nesse jogo está diluída uma estratégia que Charaudeau chama de “mentir verdadeiro”. Lembrando o autor que há várias formas de mentira: pode-se mentir pelo silêncio, pela omissão, pela dissimulação, pela fabulação ou pelo blefe.

Todo político sabe da impossibilidade de garantir tudo a todo o momento e dizer todas as coisas exatamente como ele pensa, pois, a cautela pede que as palavras não entrem na ação. Ação política desenvolve-se no tempo e no momento em que o político

pronuncia suas promessas ou compromissos. Sobre isso, Charaudeau reflete que uma das estratégias do político é falar de forma generalista sobre tudo. “Não é necessário portanto, que suas palavras obliterem o futuro. É preciso jogar com estratégias discursivas que não sejam muito explícitas e que pareçam vagas, mas não vagas a ponto de fazer com que ele perca sua credibilidade. O discurso político entre a instância política e a cidadã criando entre ambas um jogo de espelhos, isso não obriga a colocar todas as faces desse jogo em um mesmo plano no olhar de uma ética política (CHARAUDEAU, 2013, p. 106).

Mas enquanto Charaudeau recorre a Castoriadis – que tem verve marxista - para entender a força e influência dos imaginários de verdade no discurso político, tomamos a liberdade de realizar uma conexão, a partir da nossa própria interpretação, com o pensador Michel Maffesoli (2001), que entendemos também como pertinente por ele considerar a relação entre subjetivo e objetivo supondo que sempre haverá realidades impossíveis de serem explicadas nesse processo. O objetivo é o que se apresenta a nós para ser decifrado com facilidade. O subjetivo é o elemento que permanece incógnito por não termos ferramentas conceituais para decifrá-lo.

Maffesoli não retira o caráter de realidade de um processo pelo fato de seus códigos não serem totalmente compreensíveis. Para ele, a força do imaginário, nesse jogo, é real, sensível com forte influência na construção social. Isso tem relação com a discussão que estamos travando, sobre o *ethos* político e suas estratégias na produção de imagens que possam influenciar o maior número de eleitores. A imagem, no entanto, não é o meio para se construir imaginários em que o público escolhe aderir. Na concepção de Maffesoli, o processo é inverso. “Não é a imagem que produz o imaginário, mas o contrário. A existência de um imaginário determina a existência de conjuntos de imagens. A imagem não é o suporte, mas o resultado” (MAFFESOLI, 2001, p.76). Acompanhando esse raciocínio, o imaginário de verdade de um político em seu discurso já é consequência do imaginário que rodeia a cultura política de um povo, uma cidade, um Estado, por exemplo.

É possível compreender que o imaginário é construído com influência, portanto, dos traços históricos e sociais de uma coletividade, como reforça Maffesoli (2001, p.80) ao encarar o imaginário não no âmbito do individualismo. “Quando se examina o problema com atenção, vê-se que o imaginário de um indivíduo é muito pouco individual, mas sobretudo grupal, comunitário, tribal, partilhado”. Desse modo podemos entender que os imaginários de verdade no discurso político têm um íntima relação com os traços culturais de uma comunidade. Nesse sentido, compreender que o imaginário e a cultura

política de um Estado andam em cumplicidade é entender que possamos refletir sobre o imaginário político que permeia a Paraíba.

2.1.5 Aspectos do imaginário político na paraíba

A partir deste tópico, iremos mesclar teoria com extratos do material empírico, com o objetivo de contextualizar nossa reflexão preparando para uma melhor compreensão da análise. Segundo Câmara (2015) a política da Paraíba é identificada com imagens de figuras e práticas que caracterizaram o coronelismo, o mandonismo e o clientelismo verificados no passado. Esse contexto faz referências a aspectos sociais, políticos e, principalmente, culturais, que marcaram o lugar sob um *ethos* de privilégios, violência e intolerância política. Resgata-se com isso a figura do coronel e das características de distintas práticas políticas que se relacionam, no senso comum, com o seu domínio.

Quando falamos da figura do coronel, nos dias atuais, e do sistema que ele representava, ou seja, o coronelismo, e relacionamos com a política de um determinado local, estamos evocando imagens que pertencem ao imaginário desse lugar. Não significa, no entanto, que estamos esgotando as referências imaginárias locais, mas que destacamos uma delas, que goza de destaque específico, para analisar (CÂMARA, 2015, p.41).

Ou seja, quando se pensa na figura de um coronel, com sua autoridade inquestionável sobre a vontade política de seus subordinados, o importante não é saber se essas características apresentadas correspondem totalmente à realidade, mas, sim, discutir que há uma construção compartilhada em torno da ideia e da imagem do coronel, alcançada facilmente e frequentemente revisitada. Trazer alusões ao coronelismo e mandonismos do passado tem a ver com a nossa análise por conta principalmente das referências que os candidatos buscaram construir em seus discursos durante as eleições 2014.

Ricardo Coutinho, de um lado, tentou atribuir a Cássio Cunha Lima um *ethos* de manutenção de privilégios políticos típicos da época dos coronéis. Com essa estratégia, conseguiu construir sobre o senador tucano uma imagem de atraso, marcado por uma cultura política arcaica, que não caberia mais nos dias atuais. Esse imaginário traz uma referência negativa pois faz menção ao contexto onde somente algumas pessoas detinham o poder político local e faziam valer seus desejos, especialmente, por conta não só do

poder econômico, mas da força bélica que subjugava a liberdade do povo, corroborando práticas de corrupção especialmente durante as eleições.

Como traz Carvalho (1997), o coronelismo é caracterizado como um sistema político que predominou no Brasil durante a República Velha, entre 1889 a 1930, baseado em barganhas entre o governo da época e os coronéis, que tinha seu poder legitimado pelo Estado:

Sobretudo cedendo-lhe o controle dos cargos públicos, desde o delegado de polícia até a professora primária. O coronel hipoteca seu apoio ao governo, sobretudo na forma de votos. Para cima, os governadores dão seu apoio ao presidente da República em troca do reconhecimento deste de seu domínio no estado. O coronelismo é fase de processo mais longo de relacionamento entre os fazendeiros e o governo. (CARVALHO, 1997).

O coronel é portanto, nesse contexto, o chefe político com inserção não só junto às massas como o próprio Estado, que agia de forma conivente com essa realidade objetivando dividendos eleitoreiros, lhe dando margem de manobra para usufruir do chamado voto de cabresto. Desse, como traz Carvalho (1997), os resultados eleitorais eram previstos, pois os votos tinham dono, eram de uma ou de outra família. Tratava-se de um caso exacerbado de clientelismo político exercido num meio predominantemente urbano. Já segundo Leal (1997, p.40), é impossível entender esse fenômeno sem referência a nossa estrutura agrária do país, “que fornece a base de sustentação manifestações de poder privado ainda tão visíveis no interior do Brasil”.

Foi, por exemplo, no interior da Paraíba que se fortaleceu José Pereira, que assumiu a chefia política do município de Princesa Isabel, tornando-se um dos maiores coronéis do Nordeste. Apenas à guisa de ilustração, pontuamos que o prestígio dele era tão grande, segundo Inês Caminha Lopes Rodrigues no livro *A Revolta de Princesa*, que transcendia os limites municipais, atingindo as esferas estadual e federal.

Em 1915 José Pereira forneceu importante apoio para a vitória de Epitácio Pessoa nas eleições para o governo da Paraíba. Ainda no âmbito estadual, teve grande atuação nos governos de Solon de Lucena (1920-1924) e de João Suassuna (1924-1928), “combatendo hordas de cangaceiros” para o “restabelecimento da ordem pública”. Na gestão de Suassuna, participou do combate à Coluna Prestes, quando da passagem desta pelo estado da Paraíba. Patrocinador de inúmeras obras públicas no município de Princesa, exercia na região uma liderança que lhe garantia a arregimentação de um grande contingente armado (RODRIGUES, 1978).

O coronelismo personificado em José Pereira, no entanto, se diferencia das práticas clientelistas e do mandonismo, coma diferencia Carvalho (1997). Para ele,

enquanto o coronelismo pode ser caracterizado como um sistema político, o mandonismo é uma característica que pode ser atribuída às relações políticas tradicionais de um local. É, portanto, a maneira como as relações de poder são estruturadas em torno de uma figura ou figuras políticas em um dado lugar. “É aquele que, em função do controle de algum recurso estratégico, em geral a posse da terra, exerce sobre a população um domínio pessoal e arbitrário que a impede de ter livre acesso ao mercado e à sociedade política” (CARVALHO, 1997).

Aqui, podemos fazer novas conexões com o material empírico da pesquisa. Enquanto Ricardo tentou forjar sobre Cássio Cunha Lima um *ethos* de coronel, Cássio em seus discursos registrados na imprensa posicionou Coutinho envolto a um imaginário mandonista. Cássio investiu nessa estratégia praticamente durante todo o primeiro turno tentando atrelar Ricardo também a um *ethos* retrógrado, de “opressão” do servidor público e das liberdades do povo. Como tática, o senador tucano tentou se colocar como uma espécie de “salvador do povo” que iria devolver à Paraíba a um estado “natural” de liberdades cidadã.

Câmara (2015) explica que o mandonismo pode ser identificado também no coronelismo, mas não deve ser colocado como um sinônimo deste último, já que transcende sua pontual localização histórica e não é suficiente para se equiparar à complexidade de um sistema político. Esclarecido isso, chegamos à definição do terceiro conceito, o de clientelismo. Caracterizado como sendo um tipo de relação entre atores políticos. O clientelismo diz respeito ao repasse de certos benefícios públicos em troca de apoio político, o que muitas vezes envolve promessas de votos.

Por isso, hoje em dia, ao se referir à manipulação de políticos, em algum nível, com vistas a conseguir votos, oferecendo empregos ou isenções fiscais, o termo que melhor se aplica é o de clientelismo. O coronelismo, comumente usado para diagnosticar situações desse tipo, não encontra mais correspondente atualmente (CÂMARA, 2015, p.43).

Temos, assim, três conceitos relacionados, mas não sinônimos, guardando especificidades além de representarem curvas diferentes de evolução. O coronelismo retrata-se com uma curva tipo sino: surge, atinge o apogeu e cai num período de tempo relativamente curto. O mandonismo segue uma curva sempre descendente. O clientelismo apresenta uma curva ascendente com oscilações e uma virada para baixo nos últimos anos (CARVALHO, 1997).

Apesar extintas ou enfraquecidas, essas práticas deixaram vestígios nos dias hoje e permeiam o imaginário político na Paraíba, especialmente, quando reproduzidos dentro da esfera dos meios de comunicação. Atualmente, os chefes políticos e - a grosso modo “coronéis-moderno” - ao invés de pegarem em armas, compram uma concessão pública de rádio e TV dominando agora o que Bourdieu define como poder simbólico e interferindo diretamente na agenda das pessoas. Neste sentido, Bourdieu (2015, p.69) reflete que “a manutenção da ordem simbólica contribui diretamente com a manutenção da ordem política”. E é justamente essa relação entre mídia e política que vamos investigar em detalhe a partir de agora.

2.2 ÉTICA, MÍDIA E DISCURSO POLÍTICO

O protagonismo das mídias⁴ no período eleitoral é evidente. O jornalismo, neste jogo, em especial, assume um *ethos* privilegiado não somente pela interação dos campos midiático e político (BOURDIEU, 2015) na troca de informações, como também pela relação de confiança que a mídia busca construir perante o público. Por se colocar como uma instituição cujo principal compromisso é informar com isenção os cidadãos, o jornalismo surge como plataforma confiável de debates e amplificação do discurso político.

2.2.1 Dois lados da moeda

Fausto Neto (2004) detalha que uma das primeiras situações que marcou a confluência entre a mídia e o discurso político aconteceu nos Estados Unidos, quando o presidente Eisenhower, nos anos 50, buscou modernizar a sua campanha eleitoral tentando aproximar-se dos veículos de comunicação inaugurando estratégias publicitárias para se projetar. “O campo das mídias somente se converte numa problemática estratégia para o discurso político no final da década de 70 e ao longo dos anos 80, em diferentes países e, por razões distintas” (FAUSTO NETO, 2004, p.111).

No Brasil, esse processo foi ensejado no final de década de 1970, especialmente na figura do ex-presidente do regime militar Figueiredo. No entanto, o marco primordial

⁴ Adotamos aqui o entendimento do termo mídia como proposto por Muniz Sodré: “uma forma de vida articulada com mercado e tecnologias da informação”.

dessa relação ocorreu nas eleições 1989, quando a estratégia presente no discurso político passou a dialogar com a técnica e a depender da gramática do próprio veículo, sob o fenômeno do espetáculo, ainda não verificado na época.

Com o passar dos anos, cada vez mais o discurso político ficou dependente do campo das mídias e expandiu seus horizontes acompanhando a evolução técnica *dos media* ao passo que inventou sua própria geometria discursiva para atender às exigências do meio – flertando dessa forma com as estratégias de intervenção social oferecidas pela midiaticização.

Fausto Neto (2004) reforça que nesse processo é possível relativizar a hegemonia do campo político na exposição de valores porque é um campo formado também por interesses dos outros campos discursivos e nesse esquadro é inquestionável a influência dos veículos de comunicação. Esse contexto marca uma célebre frase, publicada no livro *Comunicação e Política* (1990, p. 15) onde o ex-presidente Lula, analisando o resultado da derrota contra Collor de Melo, em 1989, diz: “Os meios de comunicação deixaram de ser subordinados a uma política, uma ideologia, num poder autoritário, para serem eles próprios a materialização do poder”.

Lula denunciava, com isso, uma reconfiguração da estratégia política que deveria considerara partir dali as exigências do campo midiático, apontando sobre ele um caráter intervencionista na vida cotidiana.

Como se observa em várias ocasiões do processo político brasileiro mais recente, o campo das mídias e da TV não se constitui apenas num dispositivo de representação do que se passa na cena política, mas se converte, segundo estratégias discursivas distintas em dispositivos que não só narram, mas agem sobre o espaço público, evocando a si, muitas vezes, a condição de um poder a partir do qual põe em funcionamento estratégias de onde se aponta os caminhos e os destinos da política e os de seus atores (FAUSTO NETO, 2004, p.120).

Essa reflexão nos remonta novamente a Lula em 89, quando a Rede Globo pautou o *ethos* dele e de Collor a partir de processos evidentes de edição de imagens. Também em 1994, como traz Fausto Neto (2004, p.121), quando jornais e TV apostaram numa tática massiva de análises de pesquisas de opinião “construindo assim uma propaganda política peculiar, uma vez que procuravam agendar os dados das pesquisas, segundo óticas que enquadravam os candidatos em situações favoráveis e desfavoráveis.”

O jornalismo assim praticado, alerta Fausto Neto (2004), é um desdobramento da política, pois sem ele e suas enunciações seriam impossível na sociedade midiaticizada. Neste sentido, analisar a relação entre mídia e política, especificamente a função do

jornalismo num cenário de eleições, é perceber, de antemão, a complexidade do tema diante a possibilidade de convergência ou não deste com o discurso político numa perspectiva em que o dois se transformarem atores de um mesmo processo, inclusive, a favor da mesma produção de sentidos.

Na visão de Miguel (2007, p.215), um dos problemas que levam a esse tipo de comportamento da mídia é a concentração do poder midiático nas mãos de poucos. “A concentração da mídia – isto é, a capacidade de produzir informações e de participar do debate político – é um dos principais pontos de estrangulamento da democracia brasileira”. O autor discute que não se trata apenas da existência de um conglomerado dominante, mas porque todas as grandes empresas do setor comungam dos mesmos pontos de vista pautando e compartilhando os mesmos valores.

A mídia brasileira carece, conclui Miguel, de um maior pluralismo para não se colocar em xeque a própria democracia. Desse modo, a noção de pluralismo midiático converge com o próprio jornalismo, para que ele possa trabalhar com diversos pontos de vista. Num contexto de eleições, essa atitude dá ao cidadão o direito de observar os diversos jogos ideológicos presentes no palco midiático para que o leitor ou telespectador possa, a partir daí, tirar suas próprias conclusões. Isso evita que o debate político na imprensa, por exemplo, seja unilateral e a favor de certos contextos e candidatos, comprometendo, portanto, o resultado do processo eleitoral.

Nunes (2004, p.367) relativiza esse perfil manipulador da imprensa refletindo que eleições, mídia e expectativas do povo estão intimamente relacionadas, mas, neste contexto, o eleitor participa ativamente do processo selecionando discussões, apontando falhas e acertos, influenciando também diretamente na construção do *ethos* do candidato num processo coletivo. “Na verdade, a estratégia não é de manipulação, mas de identificação dos interesses coletivos, capitalização desses interesses e transformação num produto atraente e digerível para as massas, elaborado pelos meios da comunicação”.

Com isso, não se trata, somente, de dizer que a imprensa é capaz de influenciar os cidadãos a votar em determinado candidato, mas sim de reconhecer que todas as informações repassadas são absorvidas e interpretadas por cada um dos leitores, formando um painel importante de consulta simbólica e ressignificação, ao qual as pessoas podem recorrer para apoiar suas escolhas. Desse modo, atualmente, a política deve ser pensada inevitavelmente, incorporando a comunicação como ferramenta indispensável para a sua realização.

Também refletem neste sentido Aldé (2007), Figueiredo (2007) e Mendes (2007), ao encarar a politização da imprensa não como algo negativo, mas a partir do pluralismo proposto anteriormente por Miguel (2007):

A politização da imprensa não é, em si, condenável ou louvável. O posicionamento em relação a temas e projetos da pauta pública contribui para alimentar o repertório disponível aos cidadãos para que formem opiniões e tomem decisões. No entanto, o democrático é que haja uma pluralidade de informações e opiniões à disposição do público. Este pluralismo pode ser interno – quando cada veículo pretende trazer todas as versões e interpretações para as notícias – ou externo, quando várias empresas jornalísticas dividem o público de acordo com as suas opiniões políticas, oferecendo linhas editoriais explicitamente diferentes (ALDÉ, FIGUEIREDO, MENDES, 2007, p. 170).

Por outro lado, outros pesquisadores encaram negativamente essa postura politizada da imprensa ao identificar que o papel do jornalismo ultrapassou a mera divulgação do fato político, o que evidencia o poder de interferência dos *medias* no contexto eleitoral. Na visão de Amaral (*apud* Nunes, 2004, p.360), os veículos de comunicação estão agindo de forma politizada e partidarizada, o que lhe parece um novo papel assumido pelos meios de comunicação atualmente.

(...) politizados, partidarizados, construtores do discurso único, do discurso unilateral, do discurso monocórdio do sistema. esses meios – que no passado, tão relevantes serviços prestaram à democracia – de há muito abandonaram o clássico papel de intermediação social. são hoje atores. não reportam: interferem no fato e passam a ser o fato; não narram, invadem o andamento do fato em narração; não informam, constroem a opinião, não noticiam, opinam. mas do que nunca a realidade é o fato, mas a sua versão.

Essa discussão nos leva inevitavelmente à reflexão sobre o papel que o jornalismo desempenha durante o período eleitoral, no sentido de auxiliar o cidadão a formar ou reforçar uma opinião política, oferecendo diferentes cenários a respeito dos candidatos na missão de deixar o leitor o mais bem informado possível. Câmara (2015, p.64) reforça essa reflexão afirmando que o jornalismo durante o período eleitoral deve procurar localizar os cidadãos nas discussões sem buscar interferir na pauta política, porque se torna alvo das tentativas de interferência também pela instância política. “Os candidatos, sabendo desse caráter de guia do jornalismo, pensam em formas de usar os recursos midiáticos em benefício próprio, tornando suas propostas especialmente simplificadas para os diversos formatos de mídia”.

Dessa forma, o comportamento mais adequado seria apresentar à população candidatos e suas propostas, viabilizando um painel didático diante do qual o eleitor pode preencher suas lacunas de dúvidas e indecisões.

2.2.2 Ética e jornalismo político

O jornalismo político é especializado na cobertura das ações empreendidas pelos poderes do Estado e seus representantes (CÂMARA, 2015). Durante o período eleitoral torna-se arena simbólica de disputas intensas, com a missão primordial de ordenar e categorizar os personagens que valem a pena serem observados durante a corrida entre os candidatos. Neste contexto, Aldé (2003 p. 97) afirma que o jornal se torna palco privilegiado para o jogo eleitoral porque pauta o que deve ser avaliado como os fatos mais significativos da campanha. Desse modo, “revela algo das escolhas políticas embutidas na prática do jornalismo comercial. Os candidatos, por sua vez, têm interesse em receber cobertura jornalística, principalmente levando em conta este caráter competitivo e tendendo à objetividade constatado na imprensa”.

Pensar em “escolhas políticas embutidas”, como cita Aldé, na prática jornalística durante a cobertura eleitoral, é avaliar a possibilidade de o jornalismo absorver uma lógica implícita de um cenário entrecruzado por interesses de vários campos da sociedade, ao passo que também influencia na configuração política através de sua prática também política. Eis, portanto, um alerta para o conflito, no âmbito da ética, entre equilibristas: jornalismo e política. Esta, por atender a lógica da mídia pode acabar esvaziada em seu caráter cidadão, deixando de ser, segundo Amaral (*apud* Nunes, 2004), um instrumento voltado para o interesse público por funcionar apenas como mola de atração de audiência.

Lima (2006, p. 59) ao refletir sobre o *ethos* intervencionista do jornalismo diante o cenário político, diz que a condição de ator político é possível de ser desempenhada pela mídia por causa do poder econômico que os grandes conglomerados possuem, pela influência que os seus dirigentes são capazes de desempenhar diretamente no mundo da política e a capacidade que a mídia tem de “produzir e distribuir capital simbólico”. Essa reflexão nos conecta mais uma vez a Bourdieu (2015), quando considera o jornalismo como detentor de ferramentas que desenvolvem um sistema de produção de bens simbólicos capazes de instrumentalizar a construção do real, conseqüentemente, afetando o dia a dia das pessoas e interferindo na agenda eleitoral.

Miguel (2002, p. 172) segue neste mesmo sentido quando afirma que o controle sobre a agenda política e sobre a visibilidade dos diversos enquadramentos no contexto eleitoral alicerça a centralidade dos meios de comunicação no processo político contemporâneo. Mas pondera - como havíamos debatido anteriormente -, que existe uma relação de troca, onde o meio político também lança mão de estratégias para agendar a imprensa ciente, principalmente, do caráter cumulativo de notícias que o meio necessita divulgar, e assim, forja ‘acontecimentos’ para que sejam acompanhados pelos jornalistas.

Tal fato não passa despercebido dos agentes políticos, que hoje, em grande medida, orientam suas ações para o impacto presumível na mídia. São os “pseudo-eventos”, como chamou Daniel Boorstin em seu estudo de 1961: acontecimentos que não são espontâneos, planejados com o objetivo de virarem notícia. Tornaram-se tão corriqueiros que nem percebemos mais sua artificialidade; o exemplo mais comum é a entrevista (na medida em que é uma conversação que só ocorre com vistas a sua reprodução na mídia), mas o mesmo vale para grande parte das manifestações de massa, passeatas, encontros de líderes políticos e até convenções partidárias. (MIGUEL, 2002, p. 172).

Ou seja, nessa relação de troca entre mídia e política, fica evidente a tentativa de apropriação de discursos entre os dois lados, numa espécie de ‘comensalismo simbólico’ inerente à lógica de ambos. Barreto (2006) aborda essa questão, vendo a relação entre jornalismo e política numa espécie de circularidade onde, no trabalho de simbolizar o mundo na permanente busca pela notícia, faz o jornalista voltar sempre ao convívio das fontes políticas, e a continuada busca destas pela mídia.

É justamente nesse ponto em que a ética torna-se (pelo menos em tese) aliada da imprensa, na busca de evitar que os interesses políticos e econômicos no trato com o jornalista falem mais alto, ou vice e versa, já que os jornais também possuem valores que possam entrar em conflito não só com os valores da fonte, mas com os do próprio jornalista (vide o caso Xico Sá e a Folha de São Paulo)⁵.

Ou seja, neste contexto está inserida a relação jornalismo/jornal e política. Entre jornalista e o político ocorre aproximação em função do papel que ambos representam neste jogo: o primeiro é valioso enquanto plataforma de projeção (audiência), o segundo, enquanto fonte propulsora de pautas e potencialmente “furos”. Analisando a micro-

⁵ Xico Sá deixou o jornal após ser impedido de publicar artigo em que declarava seu apoio à presidente Dilma Rousseff. A Folha confirmou a saída dizendo que ele declarava voto num dos candidatos à corrida presidencial em sua coluna, o que estaria ferindo a política do jornal, segundo a qual os colunistas devem evitar proselitismo político.

relação entre o jornalista e sua fonte, Miguel (2002) destaca o entrelaçamento de práticas distintas que precisam incorporar a lógica um do outro.

Sob pena de perder a fonte, o jornalista deve ponderar aquilo que publica, calculando seus efeitos sobre o campo político; e fazer concessões aos interesses do outro, divulgando o destaque de certas notícias (mas nunca ao ponto de comprometer a própria credibilidade). Já a fonte, para manter seu acesso privilegiado à imprensa, deve reconhecer o material que é útil ao jornalista e, sobretudo, manter a própria confiabilidade diante dele, não transmitindo informações equivocadas em busca de benefícios de curto prazo (MIGUEL, 2002, p.14).

Eis o cerne da questão ética no jornalismo político, que esbarra num conflito paradoxal e interdependente onde a relação de confiabilidade entre jornalista e a fonte acaba se baseando, primordialmente, na sinceridade. “Havendo isso, haverá ética. E mais: havendo racionalidade, equilíbrio, haverá fidelidade narrativa, para a qual, entretanto, um ingrediente é também essencial: é preciso que aquilo que o político declarou coincida com a realidade” (BARRETO, 2006, p.15). Nessa relação, cada lado precisa ter o dever de falar a verdade para que não haja erro na construção do fato jornalístico.

O dever, como trabalhado por Kant nesta dissertação, mede os anseios humanos numa “balança” de intenções que apela constantemente aos nossos desejos e apetites denunciando nossa imanente fraqueza moral. Nessa lógica, o dever é, pois, um olhar fiscalizador do homem sobre si mesmo contra o agir por interesse. Ou seja, o ‘contrato de confiabilidade’ forjado na prática da profissão entre jornalistas e suas fontes no âmbito político é, na verdade, uma relação kantiana em que a má fé, partindo de ambas as partes, pode ser o decreto da quebra dessa relação.

Santayana (2006, p. 44) concorda que jornalistas tem que agir com base no dever ético, especialmente, consigo mesmos, numa lógica em que a ética vai além da técnica e por isso mesmo além das próprias redações. “O fundamento do exercício profissional dos jornalistas, mais do que técnico é ético. (...) Em todas as horas do dia o jornalista é jornalista e sua consciência moral se faz na dialética do cotidiano”. Outros autores como Merrill (*apud* Gomes, 1997, p.70) também entram em sintonia com a aplicabilidade da ética do dever ao campo jornalístico numa lógica de que as morais pessoais e sociais do jornalista não se dissociam.

A ética tem a ver com o dever: o dever para consigo e/ou para com os demais. É individual ou pessoal ainda quando se relacione com obrigações e direitos para com os outros. A qualidade da vida humana tem a ver com ambas as coisas, solidão e sociabilidade. [...]Esta dualidade da moral individual e social

está implicada no próprio conceito da ética. O jornalista, por exemplo, não está simplesmente escrevendo para o consumo de outros; está escrevendo como uma expressão de si mesmo e se põe a si e seu próprio eu em seu jornalismo. Ele comunica a si mesmo de uma maneira muito real. Agrada-se ou desagrada-se a si mesmo, não só à audiência. O que realiza para atingir certo patamar dentro de si não só afeta as atividades e crenças de outros, mas também, de forma muito viva, a essência de sua própria vida.

Neste sentido, o dever ético é quem vai indicar ao jornalista até que ponto sua relação com a fonte política está ferindo o interesse público, pois em se tratando de uma ação partidarizada a favor do candidato, quanto mais exposição midiática melhor para ele. E assim, o político espera sempre aparecer na mídia, pela necessidade de manter-se numa posição de poder, ferindo, portanto, o princípio do pluralismo discursivo - que debatemos no tópico anterior - para o equilíbrio simbólico da cobertura política.

Essa noção do dever ético recai, principalmente, sobre a atuação política do jornalista evitando uma postura panfletária do mesmo. Ou seja, além da relação de confiança com a fonte, o dever ético alerta para a relação ainda mais verdadeira com o público consumidor de notícias. Pensar o jornalismo como ator político nesse contexto é refletir principalmente sobre quais valores éticos a prática se apoia, já que a atuação política do jornalismo é, além de uma escolha do jornal, também dos jornalistas.

Um outro aspecto da relação entre ética e jornalismo político, nesse contexto, é o denunciismo moralizante com que vem trabalhando a imprensa, especialmente, durante coberturas eleitorais, onde a notícia serve para reduzir a ética a um arquétipo moral de bons costumes pautando-a quase sempre num contexto de agressão ao sistema jurídico vigente, obscurecendo o pluralismo na construção do fato, postura que Muniz Sodré encara como uma crise moral da notícia.

2.2.3 Crise moral da notícia

Na visão de Sodré (2012) a imersão descontextualizada da imprensa na pauta de escândalos e denúncias com foco no comportamento da classe política empobrece o jornalismo. Segundo ele, porque o investimento noticioso na “amplitude do apodrecimento moral” dos políticos tende a se tornar cada vez mais difícil para o leitor não especializado, que acaba acompanhando os fatos distante de uma racionalidade interpretativa. Sodré entra em consonância com a visão de alguns autores que trouxemos no tópico anterior, quando discute que a base do jornalismo é essencialmente ético na

medida em que os fatos postos à mesa devem conter a chave-mestra do discernimento, ou seja, do senso de clareza da notícia.

A questão do discernimento é propriamente ética e, em última análise, um dos fundamentos da imprensa moderna. Em meio à crise do momento, ela aparece com mais clareza quando se toma conhecimento de que um órgão de imprensa (no caso, a revista *Veja*) foi manipulado no passado recente pelo bicheiro situado no centro da atual CPI, com o objetivo de detonar denúncias capazes de afetar grupos rivais (casos da propina dos Correios, da Operação Satiagraha etc.) (SODRÉ, ed. 692, 2012).

Ao colocar a *Veja* como exemplo, Sodré também se incorpora na discussão em torno do jornalismo como ator político debatido anteriormente, especialmente, quando denuncia a manipulação de notícias em favor de interesses de uma classe política, o que vai de encontro ao preceito ético do discernimento debatido pelo pesquisador. Diante de parcerias dessa natureza, diz Sodré (2012), “perdem-se as balizas éticas que deveriam nortear os comportamentos e as atitudes morais dos agentes sociais”.

Na visão de Rubim (2006, p.160), o posicionamento intervencionista da imprensa no processo eleitoral parecia superado, no entanto, tem-se observado estratégias que desde 1989, tornaram cada vez mais sutis. O autor reflete a base ética dessa relação concordando com Muniz Sodré sobre o apelo da imprensa pelo escândalo político. “Tal exacerbação tem transformado toda avaliação da política em uma questão apenas moral, em detrimento de outras dimensões essenciais para uma avaliação consistente”.

Diante disso, a crise moral das notícias, segundo Rubim, está no fato da cobertura denunciante sistemática abafar criteriosamente assuntos e pautas bem-intencionadas para a discussão de uma política com ética, pautada em avaliações desenvolvidas pelos governos de olho no presente e no futuro da condição social do cidadão. Ao invés disso, “a cobertura jornalística tem esquecido a política e colocado em seu lugar a moral” (RUBIM, 2006, p.161). Rubim também concorda que ao investir numa pauta moralizante-denunciante da política, põe em xeque o conhecimento e o discernimento éticos dos fatos.

Hoje se informa quase como se respira, o que elimina da função informacional a pausa reflexiva que leva ao discernimento ético. Este discernimento é imprescindível à estabilidade do corpo social. Pressupondo sempre uma “sociedade de seres morais”, a ética toma como sua questão própria o relacionamento entre consciência moral e sociedade. Ela é, portanto, sempre algo concreto, posto em relação com a comunidade, entendida como o *locus* da reciprocidade entre os atores da vida social (SODRÉ, ed. 692, 2012).

Os escândalos, para Sodré, decorrem da impossibilidade de se abafar a podridão moral inerente a certas de decisões no âmbito político diante os interesses de apropriação privada de recursos públicos. E tudo isso se agrava, segundo o pesquisador, “com a impunidade sistemática, alimentada pelo corporativismo parlamentar e pelo oportunismo judiciário. E com esse quadro institucional, um pano de fundo de carência ético-política, as ‘profecias autorrealizadoras’ da mídia podem se tornar fatos sociais”.

De olho nas falhas morais impulsionadas pelo próprio sistema, o jornalismo político, em especial, aposta na geometria de um pandemônio ético e atende, principalmente, interesses de mercado envolvidos na questão. A pauta empobrece por não existir espaço para opiniões e visões conflitantes, ou seja, que possam estimular o pluralismo noticioso – como reforçamos no tópico anterior com as reflexões de Miguel (2007). “Mas isso acontece com o jornalismo investido de responsabilidade publicística e não apenas mercadológica, o que se torna cada vez mais raro com o controle da informação pelo mercado” (SODRÉ, ed. 692, 2012).

Nesse contexto, analisando uma “cruzada moralizadora” da imprensa, Rubim traça uma diferença importante entre aética na política e a ética da política dentro do jogo discursivo da mídia, onde fica prejudicado, mais uma vez, o pluralismo noticioso:

A supremacia da dimensão moralizante (ética na política) é tão avassaladora na cobertura da mídia que faz submergir e mesmo bloqueia a circulação de informações e de análises que permitam uma avaliação mais consistente das políticas de governo (ética da política). Em nome de uma cruzada que busca pretensamente uma política com ética, produz uma cobertura na qual a dimensão moralizante (e não mais a ética da política) toma o lugar da política (RUBIM, 2006, p.164).

Assim, a ética da política tem foco em enquadramentos propositivos e se baseia numa agenda positiva da mídia, o que nos leva a crer que vai de encontro à lógica negativa do setor, que sempre tende pelo afeto depreciativa do noticiário visando atender interesses de mercado e audiência. Já a ética na política ganha força no debate midiático por gerar, essencialmente, o panóptico moralizante com base em acusações e denunciamentos, dessa foram, sob o manto de violência discursiva. Neste contexto, a crise moral da notícia está no fato do jornalismo e a mídia, num contexto geral, posicionar-se em favor de virtudes públicas, mas apostando em interesses mercadológicos que se deixam interferir, por isso, pelo interesse político.

Diante desse cenário, Sodré volta a refletir que uma das missões do jornalismo é afinar-se eticamente com virtudes públicas e com o dever de pautar a verdade dos fatos

com base no pluralismo. Tal qual alguns autores debatidos no tópica anterior, Sodré também busca dialogar com Kant, ao analisar que:

A proposta histórica do jornalismo é afinar-se eticamente (logo, com virtudes públicas) com a causa da verdade ou com ideais coletivos, tais como a visibilidade das decisões de Estado, o estabelecimento da verdade sobre questões essenciais para a coletividade, a informação isenta sobre a vida cotidiana, a livre manifestação de pensamento etc. É isto precisamente o que Immanuel Kant (1724-1804) chamava de “publicidade” e que conviria hoje melhor designarmos como “publicismo”: a possibilidade de discernimento ético-político sobre a história presente (SODRÉ, ed. 692, 2012).

Para o autor, dessa maneira a notícia descaminha rumo a um “denuncismo cego” que nega a confluência com ideias contrárias e dessa forma, demonstra-se eticamente inferior em a tudo aquilo que a faz fiscalizadora da própria ética, o que denuncia a sua “auto-desmoralização”. Eis uma questão especialmente importante da pesquisa, porque este mesmo denuncismo moralizante também ganhou espaço na cobertura das eleições municipais da Paraíba. Por isso se justifica o interesse também de refletir acerca do comportamento ético dos jornais paraibanos, como veremos adiante.

2.3 ÉTICA, COTIDIANO E JORNALISMO

Diferente do espelho do real, o jornalismo auxilia a construção da realidade através da narrativa do mundo. Para tanto, se vale de uma técnica objetiva para auxiliar um processo de subjetivação que a leva à interpretação, seleção e padronização da vida cotidiana, dentro de uma geometria mercadológica de oferta e procura. Dessa maneira, está imbuída na narratividade destes fatos uma construção simbólica (Bourdieu, 2015) que é posta à prova diante à realidade e o repertório cultural de cada indivíduo, auxiliando, dessa forma, a maneira como eles mesmos edificam suas representações de mundo, as quais acontecem a partir da construção subjetiva da realidade também a partir da visão do próprio jornalista.

Falar em construção do real pelo jornalismo é narrar a partir, portanto, da interpretação de um interlocutor, que se impõe como um mediador de sentidos. Neste contexto, cada um pode apresentar a versão de um fato a partir de um ponto de vista específico, o que nos leva a um importante questionamento: até que ponto a ética pode ser balizadora do valor normativo do jornalista, no sentido da oferta “verdadeira” dos fatos à população? Uma das respostas encontra-se na visão de Costa (2009), quando é categórico ao dizer que o jornalista já traça a sua representação da realidade a partir de

um outro processo de representação. Dessa forma, “quando o jornalista realiza a representação de uma representação ele está muito aquém dos ditos pilares – verdade, justiça e ética, porque nunca conseguirá uma representação pura. Estará sempre reproduzindo a visão de outrem” (COSTA, 2009, p.46).

Isso quer dizer que, apesar do senso comum apegar-se ao mito da imparcialidade da imprensa e nos tentar oferecer garantias da realidade como definitiva e inquestionável, o processo narrativo no jornal mescla diversas visões de mundo que empurram o olhar do leitor para determinados sentidos. Um outro problema ético que surge a partir disso encontra razão no discurso de credibilidade da imprensa ao divulgar um fato a partir de um *ethos* de verdade, levando o cidadão a crê que o conteúdo veiculado corresponde à própria realidade e desse modo:

Pode reproduzir, muitas vezes sem o saber uma representação nem verdadeira, nem justa e nem ética. Nem no momento em que é testemunha ocular de um fato, um assassinato, por exemplo, ele estará sozinho com sua representação, porque o jornalismo não se dará apenas com a publicação do seu testemunho na primeira pessoa - e esse testemunho também vem carregado das representações que o formaram como ser humano e técnico em jornalismo – (...) outras representações propiciarão informações sobre o assassinato: o que diz a autoridade policial, a família da vítima, o agressor, o advogado do agressor e outras eventuais testemunhas. O exemplo vale para praticamente todas as situações de cobertura jornalística (COSTA, 2009, p.46).

Ou seja, qualquer jornalista, por mais criterioso que seja, não consegue deixar de escolher um fato a partir de um ponto de vista ou ideologia, de após selecioná-lo encaixá-lo numa escala de valores para assim transformá-lo em notícia. Neste sentido, pensar a ética no jornalismo é encará-la como vítima de um processo paradoxal, onde a realidade e o simulacro caminham juntos. “Um jornalista profissional é aquele que deforma os fatos, consciente ou não” (BEUVE-MÉRY *apud* COSTA, 2009, p.46). Levantar essa discussão e trazê-la para a base da ética é importante porque o jornalismo vai sempre representar algo a partir de outro olhar. Ou seja, será um processo eternamente mediado por repertórios distintos onde cada construção da realidade perpassa um imaginário diferente. A atribuição de significados ao mundo a partir de representações no jornalismo tem uma íntima ligação com a ética do cotidiano.

A noção de cotidiano pode ser entendida à priori, numa visão superficial a partir de critérios de tempo e espaço, de rotinização da vida, mas vai muito além disso quando sugere o rompimento da lógica do corriqueiro, do repetitivo, caracterizando rupturas na construção do factual.

(...) o cotidiano não é apenas o espaço de realização de atividades repetitivas: é também um lugar de inovação. A vida cotidiana não é feita apenas de rebotalho. A própria recusa do cotidiano (a festa, as viagens, as férias) é a sua reorganização e transformação. O cotidiano banal, trivial e repetitivo faz parte de um outro cotidiano (PAZ, 2003, p.78).

Ou seja, a noção de cotidiano também contém as subjetividades, as revelações inesperadas dos fenômenos sociais, que fogem à padronização do senso comum. Desse ponto de vista, a ética do cotidiano no jornalismo é comumente representada a partir do afeto negativo, sob o jugo editorial, principalmente, da violência. A exploração da dor, da tristeza e do sofrimento irrompem no cotidiano dos jornais de tal forma e com tal frequência que outras geometrias sociais são deixadas de lado. Esse cotidiano é representado, cada vez mais, ritualístico na mídia com objetivos mercadológicos, o que relega à ética dos jornais a construção de pautas, em sua maioria, reforçando padrões de cotidianos que, não necessariamente, representam a totalidade de um corpo social. Por exemplo, a ética do afeto negativo virou regra, deixando cada vez mais os jornais e jornalistas em suspensão à espera do “extraordinário-sórdido”.

Essa lógica volta a colocar em xeque a ética do discernimento no jornalismo, debatido aqui por Sodré (2012), e do pluralismo, com Miguel (2007). Neste contexto, o jornalismo tem no cotidiano as ferramentas para exercer o papel de ator político no processo de construção e representação da realidade, pois dele são abstraídas as representações sociais por vezes reforçada e rechaçada pelas linhas editoriais dos veículos. A questão ética nessa representação ganha força principalmente quando apenas certos enquadramentos de padrões sociais viram notícia, o que gera uma ética da exclusão, ferindo a essência da pluralidade simbólica do cotidiano. Este, por ora, tem sido constantemente vítima de um determinismo editorial que acaba cegando não só quem o consome, mas também que o produz.

3 AS ELEIÇÕES ESTADUAIS DE 2014 E A CONSTRUÇÃO DAS NOÇÕES DE ÉTICA NOS JORNAIS

3.1 CONTEXTUALIZANDO AS ELEIÇÕES ESTADUAIS DE 2014

A eleição estadual de 2014 ao Governo da Paraíba presenciou um embate ferrenho entre imaginários de modernidade, soberania popular e tradição (CHARAUDEAU, 2013), onde, inicialmente, a noção de ética amparada na ideia de coerência, firmeza de caráter e idealismo –,foi colocada em xeque. Isso porque logo nos dias que antecederam o início da campanha, especificamente, na semana que culminou com o anúncio das chapas majoritárias e as convenções em 30 de junho, os conchavos partidários descortinaram boa parte das ilusões dos eleitores. Todos presenciaram, através das páginas dos jornais, a política paraibana imersa num palco ideologicamente contraditório.

Na oficialização das coligações, a Paraíba assistiu à união de legendas historicamente dissonantes como PT e DEM (antigo PFL), todos a favor do projeto de reeleição do PSB, de Ricardo Coutinho. Neste mesmo cenário, o PT havia feito oposição ao PSB durante toda a gestão Coutinho, tendo o atual prefeito de João Pessoa, Luciano Cartaxo (atualmente no PSD) como um dos baluartes das críticas ao governo durante sua atuação como deputado na Assembleia Legislativa. O PT e PSB haviam militado em campos opostos dois anos antes, nas eleições municipais de 2012.

Da mesma forma, nutria-se o suspense diante a possível composição entre o PSDB do candidato da oposição em 2014, Cássio Cunha Lima, com os rivais peemedebistas liderados por José Maranhão, adversário político da família Cunha Lima desde a década de 1990.No final das contas, o PMDB cedeu apoio em 2014, num segundo turno, ao projeto de reeleição de Coutinho após passar quatro anos da primeira gestão do PSB no bloco de oposição à administração de Ricardo.

Este, por sua vez, teceu sérias críticas em 2014 ao antigo aliado que o ajudou a vencer as eleições em 2010, Cássio Cunha Lima. O resultado desse intenso jogo de interesses foi justificado pela ética dos fins (Weber 2014), culminando num imprevisível arco de alianças e em cooptações amparadas em discursos historicamente marcados no passado que tiveram seus repertórios repaginados em 2014. No final das contas, a eleição foi polarizada na disputa entre os ex-aliados: o então candidato à reeleição, Ricardo Coutinho (PSB) e o senador Cássio Cunha Lima (PSDB), os personagens foco dessa análise.

O tucano havia emprestado seu prestígio a Ricardo em 2010 para ajudá-lo a reunir votos pelo interior do Estado dando musculatura eleitoral e fortalecendo o nome de Coutinho em toda a Paraíba. Quatro anos depois, houve da parte de Cássio a tentativa de desconstruir o *ethos* que ele mesmo havia ajudado a criar na construção da imagem de Ricardo, que por sua vez, se esforçou no mesmo sentido, já que havia se aliado a Cássio confiante no legado político da família Cunha Lima em 2010.

Os papéis se renovaram, mas aspectos antigos da tradicional briga entre “ronaldistas-cassistas” versus “maranhistas” se repetiram em 2014, bem como as estratégias de ataque e defesa. Algumas delas, arquitetadas por Cássio contra Maranhão em 2006, acabaram ressuscitadas contra Coutinho em 2014. Da mesma forma Ricardo, que havia disparado críticas contra Maranhão em 2010, mirou em 2014, os mesmos ataques a Cássio, herdeiro de um legado político histórico na Paraíba e que seguiu a trajetória do pai, o ex-senador Ronaldo Cunha Lima, como traz Mello (2010, p.60):

(...) esgotado o ciclo militar, em 1985, tornou-se dominante na Paraíba, ao eleger governadores, senadores, a maioria das bancadas federal e estadual em 1986, 1990 e 1994, além das prefeituras das principais cidades. Cristalizando dissensões próprias de agremiação que inchava, o episódio de 98 colocou frente a frente o governador José Maranhão, eleito vice-governador em 1994 e tornado titular com o falecimento de Antônio Mariz, em 16 de setembro de 1995, e o chamado grupo Cunha Lima, sob a liderança do senador Ronaldo. Dentro do PMDB, enquanto Maranhão ampliava espaços, os Cunha Lima fortaleciam-se com o controle das prefeituras de João Pessoa, com Cícero Lucena, e Campina Grande, através de Cássio Cunha Lima, filho de Ronaldo e apregoado sucessor deste.

Neste sentido, Câmara (2015) reforça que o sobrenome Cunha Lima possuía uma relevância política capaz de decidir disputas eleitorais e que, por isso, sempre gozou de grande prestígio no meio político paraibano. Cássio ainda muito jovem foi fruto dessa cultura política paternalista, que o ajudou a ingressar cedo nas disputas eleitorais emplacando o primeiro mandato a deputado federal aos 23 anos em 1986 e depois a Prefeitura de Campina Grande em 1988, aos 25 anos, acumulando em anos posteriores mais três mandatos como gestor daquela cidade até tentar voos maiores, rumo ao Governo do Estado.

Aires (2014) reflete que a política paraibana contemporânea foi marcada pela cisão histórica entre as famílias Maranhão e Cunha Lima, na década de 1990, gerando uma polarização que chegou até a se reproduzir nos principais meios de comunicação do Estado. Nesse contexto, Vieira (2006) conta que ataques sofridos por Cássio durante campanhas sucessivas sempre relacionaram de forma pejorativa o poder que a família

Cunha Lima detém no meio político paraibano associando-a a velhas práticas e a um imaginário tradicional. O autor comenta que falar em Cássio, para os adversários:

Deveria remeter a características notoriamente nocivas ao desenvolvimento e à evolução cultural do povo paraibano: o coronelismo, a indústria da seca, os currais eleitorais, o voto de cabresto, os matadores de aluguel, os confrontos sanguinários entre famílias, a corrupção e a chantagem eleitoreira, entre outros conceitos que envergonham os paraibanos (VIEIRA, 2006, p.19).

Em oposição a isso, aparece Ricardo Coutinho com um currículo distante das heranças familiares da política e a após ter conquistado o primeiro mandato de vereador em João Pessoa em 1992. Em 1996, assegurou a reeleição. Em 1998, conquistou o mandato de deputado estadual e foi reeleito em 2002. Dois anos depois, Ricardo Coutinho venceu as eleições para prefeito da capital. Em 2008, ele garantiu um novo mandato. Em 2010, entra na disputa com José Maranhão para o governo do Estado, quando foi eleito pela primeira vez.

Coutinho vem de um berço calcado nos movimentos sociais e lutas sindicais e construiu seu *ethos* apostando numa imagem de trabalho e modernidade em contraponto à ideia de uma cultura política antiquada, de favorecimentos pessoais e apadrinhamento. No entanto, Ricardo – mesmo sustentando um discurso progressista - entrou no jogo apoiado por Cássio, estratégia vista também como uma alternativa do tucano testar o seu poder novamente contra o clã “maranhista”.

Sobre isso, Câmara (2015) diz que a entrada de Ricardo na disputa ao Governo da Paraíba apoiado por Cássio em 2010 era a oportunidade de o tucano - além de garantir os interesses da família Cunha Lima no governo -, de colocar à prova, novamente, o poder político de Cássio no Estado. “Apoiando Coutinho contra Maranhão, Cássio poderia emergir como o grande vitorioso, já que mostraria que continua forte perante o eleitorado, mesmo depois de um escândalo político (CÂMARA, 2015, p. 84). A autora se refere aqui ao escândalo da FAC, que fez Cássio perder o mandato adquirido em 2006 após ser cassado em 2009.

Ironicamente, Ricardo – defendendo um discurso moderno - surfou na popularidade do imaginário de tradição (CHARAUDEAU, 2013) dos Cunha Lima para ser eleito. Se a disputa de 2010, de certo modo, foi a continuação da briga de poder que começou ainda na década de 1990 entre “ronaldistas” e “maranhistas” - posteriormente assumida pelos “cassistas” contra Maranhão -, a eleição de 2014 apenas inverteu esses papéis, mas não a lógica da coisa. Pois em 2014, Ricardo – após conseguir levar a

campanha para o segundo turno, com uma pequena margem de votos atrás de Cássio – buscou o apoio do palanque de Maranhão. Portanto, em ambas as disputas (2010 e 2014) Ricardo surge como alternativa para atender aos interesses dos dois grupos mais tradicionais da Paraíba. Ou seja, Coutinho teve suas duas candidaturas ao governo do Estado alçadas tanto pela via “cassista” como a “maranhista”.

Curiosamente a ascensão de Ricardo como grande força política estadual foi turbinada pelos dois personagens que ele mais criticou na história recente da política paraibana. Como estratégia de desconstrução do *ethos* político de Cássio, Coutinho recorreu em 2014 a um discurso já marcado em eleições anteriores, afirmando que o PSDB representava o passado e as velhas práticas de clientelismo e favorecimentos pessoais.

Já Cássio tentou desconstruir o *ethos* de trabalho e modernidade de Ricardo alegando que o socialista havia implementado um governo traidor dos interesses do povo após as promessas de 2010, tornando-se, após assumir o governo, um político perseguidor, corrupto, mentiroso e ceifador da liberdade do povo e dos funcionários públicos. Cássio denunciava aveia perversa de uma gestão que, segundo ele, mascarava a realidade. A eleição de 2014 resgatou novos e velhos discursos, rearranjos de antigos debates e o aprofundamento da polarização da política paraibana. É neste contexto que nossa análise acontece, investigando primeiramente as origens conceituais e filosóficas presentes no slogan das campanhas de Ricardo Coutinho e Cássio Cunha.

3.2 A ÉTICA INSCRITA NOS PERIÓDICOS PARAIBANOS

3.2.1 O trabalho versus a vontade

Começamos nossa prospecção em julho de 2014. A opção por iniciar a análise nesse mês foi amparada pelos debates políticos logo após a definição das chapas majoritárias homologadas durante as convenções partidárias. Por nosso foco ser a construção da noção de ética no período eleitoral, buscamos como ponto de partida analisar as bases éticas presentes nos discursos de fundação do slogan das duas coligações: “A força do trabalho”, de Ricardo Coutinho, e “A vontade do povo”, de Cássio Cunha Lima.

As discussões nos jornais da *Correio* e *Jornal da Paraíba* neste período foram pautadas inicialmente nas justificativas dadas pelo governador Ricardo Coutinho diante as críticas sobre a união inesperada com o PT de Luciano Cartaxo, especialmente, porque os adversários viram a parceria PSB/PT amparada mais em interesses pessoais do que numa orientação ideológica. Em contrapartida, Ricardo Coutinho concedia a Lucélio, irmão de Luciano Cartaxo, o apoio para o Senado.

É bom lembrar que nessa época o PT era aliado do PMDB em âmbito nacional. Com isso, os opositores colocaram a aliança em suspeição buscando criar sobre ela uma áurea de vergonha do ponto de vista da coerência ética, especialmente, porque o PT nacional não havia dado anuência para o PT municipal escolher seguir Ricardo. Os peemedebistas, principais afetados com essa parceria, exigiam o apoio do PT à candidatura de Vital do Rêgo Filho (Vitalzinho) e, assim, questionaram o fato da decisão do PT municipal de aliar-se a Ricardo ter sido tomada de forma equivocada ensejando uma briga judicial pelo apoio do PT como traz a edição de 6 de julho do *Correio da Paraíba*:

Ricardo Coutinho afirmou que o momento agora é de se preparar e focar na campanha. Quando questionado sobre o impasse com o PMDB (para ficar com o PT), o socialista se mostrou tranquilo. “Ele (o PMDB) quer, simplesmente, fortalecer outros interesses”, comentou. “Estamos aqui com 11 partidos registrando a chapa, formando uma grande aliança popular. Se eles (os peemedebistas) estão dizendo que terão 30, 60, 90 dias (para anular a coligação), nenhum problema. A gente faz a campanha e mostra quem mais fez e quem mais vai fazer para a Paraíba”, ressaltou (NORONHA, 2014, p. A2).

Aqui podemos perceber estratégias de ataque e defesa de Coutinho que denunciam alguns posicionamentos éticos. Ricardo ao dizer que o PMDB quer atender “outros interesses” se coloca do lado dos “interesses ideais” do povo personificando as intenções voltadas para o bem comum, noção presente em Aristóteles.

O interesse é também balança do ato moral kantiano que guia a razão no sentido do *dever* e testa o nível de boa vontade da ação humana. Neste sentido, a estratégia discursiva de Ricardo foca na virtude moral de agir de forma desinteressada para consigo mesmo sem esperar vantagens políticas. É justamente o que Ricardo tenta transparecer ao colocar-se ao lado do valor moral do desinteresse. O cerne desse *ethos* político é sustentado pela imagem do homem focado apenas na melhoria da condição de vida dos governados agindo por *dever* independente das ‘tentações’ e das fraquezas imanentes à natureza humana.

Outro posicionamento ético exposto por Ricardo encontra base em Kant ao se mostrar como “quem mais fez” e “quem mais vai fazer para a Paraíba”, defendendo o *ethos* de trabalho exposto em seu slogan, o que pode ser visto também na edição de 1º de julho do Correio da Paraíba. O periódico destaca a fala do governador neste sentido estampando a foto de Ricardo de braços para o alto e de mãos dadas com os petistas Luciano e Lucélio Cartaxo em convenção partidária realizada na casa de shows Forrock, em João Pessoa, para o anúncio de confirmação da união PSB/PT.

Ricardo fez um discurso baseado nas ações realizadas pelo Governo do Estado nos últimos três anos e meio. “Podem deixar que falem porque vamos responder com a verdade. Não temos vergonha da nossa aliança. Andaremos com honra e de cabeça erguida por toda a Paraíba. Vamos apenas mostrar que temos trabalho em todo lugar desse Estado”, afirmou. (GOMES, 2014, p. A3).

Desse modo, julho presenciou o início de uma discussão pautada na valorização da moderna noção de trabalho, exposta por Ricardo Coutinho num sentido de que suas ações iriam provar, por si só, a coerência de suas ideias e “verdadeiras” intenções. Com isso, Ricardo constrói sobre si uma imagem de credibilidade, baseado num *ethos* de seriedade que tenta mostrar energia e capacidade de atuação. É um *ethos* que se edifica com a ajuda de declarações a respeito de si mesmo, sobre ideias que guiam o político.

O discurso trabalhista de Ricardo é fruto de uma revolução teórica, científica e moral impulsionada com as grandes descobertas da ciência nos séculos 16 e 17, que fizeram eclodir um novo pensamento sobre o mundo e, no século 18 com Kant, viu florescer um novo paradigma ético da modernidade.

O trabalho passou a ser mecanismo de contestação da passividade do homem frente aos efeitos da natureza. Foi a partir do trabalho científico iniciado há centenas de anos que se pôde explicar os fenômenos do mundo e tirar o ser humano do nível contemplativo de uma natureza onipotente. Começamos, por meio da ideia de trabalho, a traduzir o mundo, entendê-lo e contestá-lo.

A moderna noção de trabalho oferecida por Kant inverte a lógica de convivência entre os homens oferecida pela ética cosmológica aristotélica, onde o trabalho era prerrogativa apenas dos escravos, fruto de uma sociedade aristocrata e desigual do ponto de vista da dignidade e liberdade humanas. Neste sentido, a “A força do trabalho” como mote de campanha eleva Ricardo Coutinho a um imaginário de compromisso com predicados libertários que ganharam força principalmente após a Revolução Francesa (1789-1799).

Ter “força para trabalhar”, segundo o pensamento kantiano, significa ter capacidade de ação para modificar o presente, o seu ambiente, a natureza e o mundo através de um ato livre e soberano. Uma campanha calcada neste slogan, implicitamente, defende valores de igualdade entre os homens, pois todos são livres para escolher, mediante o trabalho, o que pretendem ser na vida. É uma noção que vai de encontro à perpetuação de privilégios e cristalização do *status quo*. No caso em questão, o discurso de trabalho surge em contraponto ao imaginário de práticas políticas clientelistas e coronelistas que se perpetuaram há anos na Paraíba.

Quando Ricardo diz que “podem deixar que falem”, que irá se basear na “verdade” e que a verdade são suas ações, Coutinho monta uma estratégia de personificação onde a figura do trabalho não é outra que ele mesmo. Ricardo mostra, neste sentido, que além de incorporar estes valores, ele mesmo é personificação de uma ideia que simplesmente revolucionou a humanidade do ponto de vista filosófico.

Portanto, oferecer aos eleitores o slogan “A força do trabalho” é ofertara possibilidade das pessoas terem acesso a uma ética transformadora. Escolher o lado da “força do trabalho”, nesse ponto de vista, é a oportunidade de não ser mais passivo diante às adversidades de um mundo caótico, pois o trabalho é manilha de transformação da própria condição social e sua força representa o desenvolvimento, como expõe o Jornal Correio na edição de 11 de julho, destacando mais uma vez, o *ethos* trabalhista do governador durante evento de campanha em João Pessoa:

O governador Ricardo Coutinho disse que a plenária foi a primeira das muitas que acontecerão por todo o Estado durante a campanha eleitoral, até o dia da eleição, sempre discutindo com a população o trabalho desenvolvido ao longo do seu primeiro mandato. “Estou muito tranquilo nessa caminhada que se inicia nesta noite. O povo da Paraíba sabe do nosso trabalho durante esses anos dos avanços que alcançamos em todos os indicadores sociais. Hoje (ontem), marcamos o início de uma caminhada por esse Estado apresentando nossas propostas de mais crescimento para nossa terra”, afirmou. (GOMES e SANTOS, 2014, p. A3).

Por sua vez, a coligação liderada por Cássio Cunha Lima encampa em seu slogan a frase “A vontade de povo”, cuja herança conceitual também corresponde a uma tradição filosófica do racionalismo ético kantiano, “que atribui à razão humana o lugar central na vida ética” (CHAUÍ, 2006, p.325). Uma das correntes é o voluntarismo, que baseia a ação humana na vontade enquanto ato racional para frear a força dos instintos. Neste sentido, a vontade é o que diferencia o homem do animal e o arranca de uma condição passiva de refém dos impulsos, desejos desenfreados, paixões e desequilíbrios morais. A ética

apresenta-se como trabalho da vontade para controlar tudo isso e como bússola que leva o homem em direção ao caminho da virtude.

Desse modo, a coligação de Cássio Cunha Lima se coloca a favor da “vontade do povo”, no sentido de dizer que a população é livre para votar consciente. Consciência pressupõe conhecimento, esclarecimento, iluminação. Confiar na “vontade do povo” é, neste sentido, atribuir ao cidadão responsabilidade e autogestão. A vontade é, pois, uma prerrogativa da liberdade humana que remonta à ação, à finalidade e, neste caso, ao voto. Cássio se coloca como produto de uma vontade popular consciente, ou seja, como resultado de uma ação baseada na perseverança da autonomia do ser humano, uma noção que – além de dialogar com as ideias de Kant - denuncia a adesão de Cássio, assim como Ricardo, a uma concepção inerente à filosofia moderna.

O slogan da campanha de Cunha Lima tem raízes tanto no legado de Kant como no de Rousseau, que abriu as portas para que o pensamento kantiano pudesse se desenvolver no sentido da “boa vontade” do ser humano. O lema defendido pela coligação “A vontade do povo” atribui aos eleitores a responsabilidade de guiar-se pela razão. A boa vontade está implicitamente marcada na noção política de “povo”, termo que pressupõe maioria e sugere a ideia de amplitude republicana de que a voz do povo é a voz boa de ser ouvida, pois aponta para os interesses de uma coletividade. Unir, portanto, os termos “vontade” e “povo” num slogan é, sem dúvida, apelar para uma cultura política revolucionária do ponto de vista da autonomia cidadã. Primeiro, porque afasta do homem o julgo instintivo da ação, segundo, porque o aproxima da noção de democracia.

Por trás disso, está a intenção de Cássio Cunha Lima de colocar-se à favor do discernimento, da reflexão, da análise e da escolha responsável, já que a ideia de boa vontade humana combate a tentação dos desejos passionais e egoístas incrustados em nossas fraquezas morais, como nos diz Kant, o que levaria a um voto interessado não na convicção do ser, mas em benesses e favorecimentos pessoais.

Cássio Cunha Lima, ao personificar-se como a “vontade do povo”, apresenta-se como um farol a favor da liberdade da ação humana, como destaca o jornal Correio da Paraíba, na edição de 12 de julho. A matéria emana um sentido propositivo sobre Cássio ao dar início a uma série de reuniões com prefeitos paraibanos para coletar propostas e ouvir democraticamente sugestões para o seu plano de governo:

Nas reuniões, além da apresentação de suas principais propostas para gestão estadual, Cássio ressaltou que um dos principais fatores que o levaram a disputar o Governo do Estado, é a busca da retomada de ações voltada para o

povo, que atendem as necessidades dos cidadãos e sejam feitas em parceria com os prefeitos dos 223 municípios paraibanos. “O apoio dos prefeitos nos dará um grande impulso em todas as regiões do Estado. O que mais nos gratifica é que eles sabem que a partir da nossa eleição, implantaremos um tempo em que as necessidades dos cidadãos serão democraticamente atendidas e independente das preferências políticas dos seus prefeitos. Precisamos iniciar um novo tempo, com um olhar sempre voltado para o futuro e para melhoria da qualidade de vida dos paraibanos”, declarou o candidato (RODRIGUES, 2014, p. A5).

O recado de Cássio é, na verdade, um alerta aos eleitores para que votem no lado que lhes oferece a liberdade de externar suas vontades sem o perigo de represálias, independente de opção político-partidária. Quando Cássio diz que “nascerá um novo tempo” em que o povo será ouvido democraticamente, pressupõe que o governo Ricardo Coutinho, iniciado em 2010, não respeitou essa prerrogativa inerente ao livre arbítrio da população.

O Jornal Correio destaca que o candidato tem a intenção de “retomar ações voltadas para o povo” e em “parceria” com esse povo. O que sugere uma reconciliação política com o Estado. Com esse discurso, Cássio busca construir sobre si um *ethos* de solidariedade, que faz do político um ser que não somente está atento às necessidades dos outros, mas que as partilha e se torna responsável por elas. A solidariedade caracteriza-se pela vontade de estar junto.

Já na edição de 25 de julho do Jornal da Paraíba, Cássio usa o slogan “A vontade do povo” beneficiando-se da semântica universalista suscitado pelo termo para expor a intenção de uma particularidade, neste caso, referente ao seu grupo quando cobra ação enérgica da Justiça Eleitoral diante da polêmica envolvendo o caso “Sales Dantas”, tratado numa retransmissão do jornal intitulada “Nota de Cássio”. Na denúncia, o Jornal da Paraíba estampa na manchete: “Coligação do PSB acusa Cássio de comprar apoio de prefeitos”. A prova do suposto crime seria uma gravação telefônica feita pelo radialista Sales Dantas, ex-secretário adjunto de Pesca do Estado, quando se passa pelo chefe de gabinete do senador tucano, em conversa por telefone com o prefeito do município de Caiçara, Cícero Francisco, que antes era aliado do governador Ricardo Coutinho e passou a apoiar Cunha Lima repentinamente.

A denúncia diz que o gestor teria recebido R\$ 600 mil para aderir ao candidato tucano, o que é rebatido de forma veemente pelo senador:

Diante do absurdo das acusações e insinuações dos empregados do governador do Estado, A Vontade do Povo apela, por todos os meios, ao Ministério Público

Eleitoral, à Justiça Eleitoral e à Polícia Federal para que apurem, em toda a sua extensão e profundidade, o processo eleitoral da Paraíba, cuja absoluta transparência e lisura defendemos e exigimos, diz a nota. E acrescenta: A coligação A Vontade do Povo entende, por fim, que essa farsa montada diante da Paraíba é uma confissão explícita de desespero político: eles tentam intimidar dezenas de outras adesões e abrir caminhos para decidir no tapetão uma eleição que a cada dia lhes parece mais difícil, remota e inalcançável. A Paraíba já decidiu que, dessa vez, para governar o Estado, será preciso ter voto (GUEDES, 2014, p.4).

Essa polêmica surge, curiosamente, 13 dias depois que Cássio se reuniu com dezenas de prefeitos do interior do Estado, fato publicado pelo Correio da Paraíba no dia 12 de julho, como trouxemos anteriormente. Esta nota posiciona o senador a favor da verdade dos fatos, especialmente, quando o tom adotado suscita que é o povo, através de sua vontade (não Cássio), que “apela” pela devida apuração do processo eleitoral no Estado. Neste sentido Cássio edifica seu *ethos* envolto numa imagem de vitimização frente a um adversário “desesperado” para vencer.

No fio do discurso, o senador tucano deixa claro dois posicionamento éticos: o primeiro, como estratégia de ataque, é weberiano e denuncia que Ricardo é, na verdade, adepto de uma ética finalista ao se mostrar disposto a vencer a todo custo as eleições sendo capaz de criar até “uma farsa” recorrendo, desse modo, a uma atitude condenável do ponto de vista moral. Isso é provado, principalmente, quando Ricardo Coutinho é acusado de tentar ganhar a disputa no “tapetão”.

Com isso, Cássio denuncia que o *ethos* “kantiano-trabalhista” construído por Ricardo até então é na verdade uma grande máscara a ser desmistificada. O *ethos* de trabalho do governador é posto em xeque, especialmente, quando Coutinho é colocado como alguém disposto a macular a vontade humana mediante a “intimidação” do povo. Além de alertar para o *ethos* anti-kantiano de Ricardo, a coligação exalta, numa segunda estratégia, agora aristotélica de defesa, virtudes morais dignas de um candidato apto a gerir os destinos da *polis*, deixando no ar que Cássio é honesto e probo, portanto, a favor da lisura e transparência do processo eleitoral.

Essa estratégia é classificada como *ethos* de virtude, quando supõe que o representante do povo é quem dá o exemplo. É um *ethos* que exige do político que demonstre sinceridade e fidelidade, a que se deve acrescentar uma imagem de honestidade pessoal. Por fim, Cássio fecha a nota reforçando toda a força simbólica presente em seu slogan de campanha, quando afirma que a “Paraíba já decidiu” ser governada, dessa vez, por quem tem voto, isto é, optando pela liberdade democrática de eleger alguém que realmente merece. Cássio, implicitamente, joga sobre Ricardo o peso de ter sido eleito

não com suas próprias forças, mas a partir da musculatura eleitoral do próprio tucano em 2010. E avisa que o cenário agora será diferente.

3.2.2 O caráter versus a experiência

A cobertura dos jornais paraibanos presenciou também em julho uma guerra de construção e de desconstrução de *ethos* entre Ricardo Coutinho e Cássio Cunha Lima que deu vez a uma debate ético em torno da luta entre a força de caráter e a experiência, num jogo de forças personificadas em culturas políticas distintas. Ambos os candidatos buscaram forjar suas imagens com base numa visão liberal, republicana, desenvolvimentista e transcendente à natureza egoísta do ser humano. Uma dessas primeiras discussões foi enquadrada no dia 2 de julho pelo Correio da Paraíba:

Durante a entrevista, Ricardo afirmou que o que estará em jogo nessa eleição não será simplesmente um embate de políticos, mas uma disputa de dois projetos: “de palavra dita e feita para a demagogia, de programa que deu certo, para o que ficou apenas na promessa. Duas visões de mundo, duas formas bastante diferentes. Nós não somos candidatos apenas de nós mesmos, representamos um conjunto de idéias que se confrontam com o outro conjunto de idéias, que as vezes nem são idéias, mas interesses que visam exclusivamente se apropriar do poder para usufruir e ser usado por grupos políticos e familiares” (BRITO, 2014, p. A3).

Estão em confronto, no discurso de Ricardo, condutas éticas dissonantes. Uma delas é focada na demagogia, no interesse particular e na manutenção de privilégios que o governador atribui ao seu principal adversário. Com isso, o socialista constrói sobre Cássio, como estratégia de ataque, um *ethos* de atraso e enxerga no tucano, do ponto de vista kantiano, uma pessoa moralmente inferior. Ricardo ao passo que prende Cássio a um passado eticamente reprovável, invoca sobre ele noções da ética weberiana ao enxergar no adversário interesses de poder em favor do privilégio de certos grupos e famílias.

A acusação retira de Cássio, com base em Weber (2014), uma das prerrogativas inerentes ao líder político ideal: o senso de objetividade e de responsabilidade. Sem o primeiro, o político ambiciona o brilho pelo poder, em vez do poder verdadeiro, e sem o segundo, o político aprecia o poder pelo poder, sem finalidade ligada a ele. Ou seja, Ricardo denuncia que Cássio tem como base uma política intencionada apenas em eleger-se, mas sem projetos para a Paraíba, o que corrobora a adesão a uma ética finalista de convicção amparada na “demagogia”, termo usado por Ricardo no sentido de julgar as palavras do opositor como vazias.

Demagogia é outro termo bastante presente na ética política weberiana, no sentido de que os políticos a usam para mascarar a verdadeira intenção do seu íntimo, fazendo com que o candidato a cargo público corra o risco “tanto de se tornar um ator, tanto de não levar a sério a responsabilidade pelas consequências de seus atos, e de se preocupar apenas com a impressão que cria” (WEBER, 2014, p. 445).

Outro posicionamento ético na fala de Coutinho resgata a noção weberiana de líder vocacionado para a política como aquele guiado pela paixão a uma causa e que possui um agudo senso de responsabilidade e de proporção, isto é, que sabe equilibrar a os seus interesses com os do povo. É o que Ricardo sugere quando diz que não representa a si mesmo, mas um conjunto de valores que considera modernos como destaca o Jornal da Paraíba, na edição do dia 2 de julho:

No seu pronunciamento, Coutinho disse que fará uma campanha comparando as ações e os projetos com os demais candidatos. “O que existe nessa eleição é uma disputa muito clara de dois projetos completamente distintos para a Paraíba. Estamos defendendo uma visão de política que efetivamente trouxe para a Paraíba coisas modernas e que não existiam anteriormente”, destacou Ricardo. (BARBOSA, 2014, p. 3).

A ideia de governo moderno é centrada, portanto, na força de caráter do gestor em adotar uma política voltada para o bem comum em detrimento do interesse familiar. Esse pensamento do governador encontra base filosófica, mais uma vez na noção aristotélica da busca pelo bem comum da política. Para Aristóteles, o bem comum deve guiar os homens no sentido de alcançar a felicidade em comunidade através do aprimoramento moral. A ideia de modernidade administrativa centrada na ética do bem comum é novamente defendida por Ricardo na edição de 26 de julho no Correio da Paraíba:

Segundo o socialista, através de seu governo, a Paraíba deu início a um processo de democratização dos recursos públicos e de participação popular nas decisões do Executivo. Ele destacou o compromisso com um mandato ético e de levar o desenvolvimento econômico para todas as regiões do Estado. Acerca do tema ‘combate à corrupção’, comentou: ‘É preciso fazer uma faxina de baixo para cima para não deixar que a política se torne um balcão de negócios’ (ASEVEDO, 2014, p. A5).

Ricardo fala de um ponto de vista como se a Paraíba nunca tivesse tido a oportunidade de vivenciar valores realmente democráticos, o que pressupõe que o Estado passou por um bom tempo em que os interesses do Estado ficaram concentrados nas mãos de poucos. É mais um ataque a Cássio, representado por Coutinho neste sentido, como o

resquíio de uma cultura política antiga de manutenção de privilégios, fruto de heranças coronelistas.

Coutinho foca a construção do seu *ethos* nas características do líder ideal weberiano, adepto de uma ética de responsabilidade, e no gestor virtuoso aristotélico que visa o bem comum da cidade. O *ethos* de caráter é centrado na força de espírito do político que testemunha uma indignação pessoal e toma decisões após ter ponderado os prós e os contras de uma situação.

É um *ethos* que suscita coragem e dá a entender que o político que a possui saberá enfrentar a adversidade sem enfraquecer ou ceder à demagogia, num desejo de defender a integridade e valores do seu povo, até com sacrifício (CHARAUDEAU, 2013). Portanto, o sacrifício de governar para todos, como se posiciona o governador, vem ferindo os interesses de uma minoria detentora do poder.

Com isso, Ricardo demonstra-se disposto a levar a política até o ponto máximo da virtuosidade ética a favor da quebra dos “balcões de negócios” tão recorrentes ao âmbito político-partidário, o que novamente soa como um enfrentamento a antigas práticas. Ricardo coloca-se, desse modo, como ‘o novo’ sustentando uma estratégia que aposta na força do caráter para enfrentar as dificuldades e realizar as verdadeiras transformações que a Paraíba precisava e que ninguém havia tido coragem de fazê-las até então.

De outro modo, Cássio Cunha Lima tenta desmistificar tudo isso ao investir na desconstrução do caráter de líder vocacionado defendido por Coutinho. O tucano, ao longo desse período que marcou a passagem de julho para agosto, fez questão de denunciar a inferioridade moral do governador mostrando o *ethos* retrógrado e perseguidor do candidato socialista.

Um desses ataques foi registrado pela imprensa envolvendo a polêmica do racha entre o então vice-governador Rômulo Gouveia e o governador. À época, Rômulo quebrou a parceria de quatro anos com Coutinho levando o PSD para a base de apoio cassista. Ele alegou que Ricardo não respeitou acordos acertados com o seu partido, especialmente, quando concedeu o improvável apoio ao PT na pessoa de Lucélio Cartaxo rumo à candidatura ao Senado, frustrando Gouveia.

Em troca, Rômulo – que era aliado fiel de Ricardo – deu adeus ao seu parceiro administrativo oferecendo um forte argumento de traição a Cássio, principalmente, quando Ricardo Coutinho, em retaliação, exonerou uma dezena de funcionários de Rômulo que faziam parte do corpo funcional da vice-governadoria.

Esse clima foi enquadrado na edição de 1º de julho do Jornal da Paraíba, quando diz que: “Cássio foi solidário a Rômulo e pontuou que, em plena República, a Paraíba estava vivendo no Império, com atitudes ditatoriais. ‘Foi uma represália inédita por Rômulo ter reagido à traição de que fora vítima’, disse Cássio” (BARBOSA, 2014, p. 4).

Aqui o jornal ajuda a edificar o *ethos* do senador tucano expondo Cássio como alguém “solidário” ao sofrimento do outro. É o lado altruísta do político. Charaudeau (2013, p. 163) encara essa estratégia do ponto de vista da construção de dois *ethos* distintos: de solidariedade e de humanidade.

O primeiro, constrói a imagem do político como alguém atento e solícito às necessidades do outro. O segundo se concentra na capacidade que tem o político de demonstrar-se “humano”, no sentido de expor sentimentos, que no caso, mostra Cássio Cunha Lima fustigado pela indignação frente à “traição” de Ricardo Coutinho a Rômulo Gouveia. Cássio se apresenta, portanto, como um “porto seguro” diante da intolerância do governador.

Usando da mesma estratégia de Ricardo, o senador tucano atribui sobre o adversário a pecha de atraso - além de intolerante e traidor - e critica a ética política adotada por Coutinho, encarando-a como detentora de resquícios da época do Império e até da ditadura “em plena república”. O ataque de Cássio denuncia o perfil anti-kantiano do governador porque coloca o discurso do *dever* de Ricardo atrelado a regimes sustentados por ideais anti-democráticos que ferem o direito à liberdade.

Da mesma forma, convergem com a noção do uso da força do Estado presente nas ideias de Weber, que relativiza a ética ao afirmar que ela pode ser usada como discurso para se chegar a fins bons, mas por meios duvidosos. É o que denuncia Cássio ao externar que Ricardo ansiando continuar no poder, se vale da violência estatal através da intolerância para com aqueles que discordam de suas ações ao ponto de suas atitudes parecerem as de um ditador ou monarca.

Cássio insinua, neste sentido, que seu adversário está disposto a reeleger-se a todo custo, até fazendo uso da truculência, já que essa é a principal marca de regimes ditatoriais. Para tanto, valeria “trair” até seus próprios amigos em busca desse objetivo, o que denuncia o princípio finalista weberiano de uma ética de convicção usada por Coutinho.

Por outro lado, a imprensa começou a pautar, no final de julho e início de agosto, outra estratégia discursiva de Cássio Cunha Lima: enquanto ele tenta desconstruir o *ethos* de caráter do governador socialista, projeta sobre si mesmo uma imagem de homem

experiente na política, que aprendeu com os erros das gestões anteriores, como publicou o Correio da Paraíba, na edição de 22 de julho:

Cássio declarou que pôs seu nome a disposição do partido para disputar o Governo do Estado com o propósito de apresentar para uma nova proposta de desenvolvimento à Paraíba. “Não quero reproduzir aquilo que fiz no passado como se fosse terminar um mandato inconcluso, porque aprendi com os meus erros e estou mais maduro”, destacou. Segundo ele, um dos principais erros das suas administrações anteriores foi nomear políticos para secretarias que exigiam técnicos na titularidade (SANTOS, 2014, p. A4).

Com base em Charaudeau, essa nova estratégia do discurso político de Cássio é fruto da construção de dois *ethos*: o de virtude e o de competência. O primeiro tenta transparecer que o líder tucano é humano para errar, mas também para reconhecer que falhou em alguns aspectos, o que do ponto de vista ético soa como uma ação louvável já que ele estaria disposto a dar provas que pode acertar servindo como exemplo ao povo de que todo mundo pode se aprimorar.

É um *ethos* que busca demonstrar retidão, sinceridade, honestidade pessoal e fidelidade à atitude virtuoso. O segundo *ethos* sugere que o governante tenha o domínio das particularidades inerentes à ação política, mas não só isso, que tenha a experiência necessária para tal, mostrar que conhece como proceder para melhorar a máquina pública. Com isso, Cássio levanta uma noção presente na ética de Aristóteles sobre a virtuosidade moral adquirida através do hábito, ou seja da prática.

A lógica é simples: evoluir com os erros significa dizer que a virtude moral não nos é dada por natureza, mas apreendida pelo próprio uso, por seguirmos exemplos e internalizarmos resultados e ensinamentos. Um político, tendo reconhecido que errou, mostra que suas virtudes morais e políticas evoluíram fruto da experiência ética. Cássio se mostra capaz de passá-las adiante para os cidadãos que o acompanham, através do comportamento exemplar.

É uma estratégia que dialoga também com a ética da responsabilidade de Weber, quando Cássio se coloca consciente das consequências de suas ações erradas à frente dos últimos governos, que culminaram, consequentemente, na sua cassação, pois – como ele mesmo reconhece – derivaram somente de atitudes suas. O político adepto da ética da responsabilidade, como se vê, “não se sente em condições de imputar a terceiros as consequências de seus próprios atos (WEBER, 2013, p. 452).

O senador tucano admite, por exemplo, que nomeou pessoas sem capacidade técnica de assumir funções na sua passagem pelo governo do Estado de 2006 a 2009

(quando foi cassado) para sustentar uma ideia de renovação pautada no exercício ético do aprendizado, como reforça o Jornal da Paraíba na edição de 21 de agosto:

Cássio foi o segundo candidato a se apresentar no guia eleitoral. Ele disse que está mais experiente, mais maduro, mais preparado para fazer um governo técnico, mais ousado, mais criativo e mais eficiente. “O primeiro passo será conciliar o Estado com a sociedade, com as instituições, com os sindicatos, com os servidores. Acabar com o clima de brigas e de confrontos que minam nossas energias e impede que a Paraíba cresça e avance”, disse. (GUEDES, 2014, p. 3).

Nesta matéria o advérbio de intensidade “mais” é o mecanismo utilizado pelo Jornal da Paraíba para exaltar a ideia de soma de virtudes morais do candidato, enfatizando além da ética da experiência, virtudes que a mediana aristotélica consideraria como importantes para guiar um projeto em favor do bem comum, como a criatividade, a preparação para a técnica política, a ousadia – que pressupõe coragem – e a eficiência, ideia que afasta o vício do erro.

Além disso, Cássio expõe outro posicionamento ético sobre si mesmo ao posicionar-se como uma espécie de “salvador do povo oprimido” pelas ações “ditatoriais” de Ricardo. O tucano, após denunciar - como visto em matérias anteriores - o caráter ditatorial, traiçoeiro e anti-democrático do governador, cria sobre si mesmo um imaginário ético-cristão de redentor dos males causados pelo gestor, como destaca o jornal Correio da Paraíba em 6 de setembro.

Esta edição do jornal marca o anúncio de adesão do vereador Raoni Mendes, do PDT, à candidatura de Cássio justificando que o parlamentar escolhe o lado do PSDB por Cássio “representara política que não se impõe pela perseguição e opressão” (DA REDAÇÃO, 2014, p. 3). Alegando ser vítima de uma política truculenta Raoni racha com a própria base de que faz parte, já que o PDT, na época, compunha o arco de alianças em favor do projeto de reeleição do PSB de Coutinho.

O senador Cássio Cunha Lima (PSDB) agradeceu o gesto de Raoni e destacou o trabalho que ele vem desenvolvendo na Câmara. Para o tucano, apoios que vem recebendo de lideranças como o vereador e as próprias manifestações das ruas o estimulam cada vez mais a acreditar que a Paraíba testemunhará, a partir de 1º de janeiro de 2015, a reconciliação entre sociedade e governo. “Será a vitória da democracia e da vontade do povo”, concluiu (DA REDAÇÃO, 2014, p. A3).

Do ponto de vista filosófico, o discurso de Cássio também entra em sintonia com a moralidade kantiana no sentido da busca de um imperativo da ação política baseada no *dever* de atender os anseios libertários do povo. A ideia do “clima de brigas e confrontos”

citado por Cássio é a consequência do choque entre valores antagônicos de um lado democráticos, do outro “ditatoriais” do governo Coutinho. Do ponto de vista kantiano, a liberdade surge como propriedade da vontade de todos os seres racionais e o desrespeito a esse direito relega o humano à condição de escravidão natural, típica da ética praticada na Antiguidade, onde as pessoas viviam segregadas do ponto de vista da dignidade.

Cássio propõe, neste contexto, ser o baluarte da liberdade dos eleitores, devolvendo o direito da população de agir pela vontade. Curiosamente, a fala do senador tucano neste sentido surge na mídia após a ocorrência de dois episódios marcantes na trajetória eleitoral do PSB em 2014: os rachas entre Ricardo e o seu vice Rômulo Gouveia e entre Ricardo e Aracilba Rocha, ex-secretária de Finanças do governador. Ambos buscaram a imprensa para anunciar seu desligamento do apoio a Coutinho após anos e anos de parceria. Na migração para o palanque de Cássio Cunha Lima eles alegaram perseguição, intolerância e truculência no trato político com chefe estadual.

Cássio, nesse contexto, resume seu ataque afirmando que a Paraíba parou de crescer e concentrou-se mais em administrar conflitos internos do que atender as necessidades da população. A estratégia discursiva do senador joga o governo estadual dentro de um clima de guerra contra o próprio povo, seus representantes e instituições, motivo que, segundo o tucano, o levou a romper com Ricardo em 2014.

Assim, Cássio lança sobre Coutinho a áurea de um governante centralizador e autoritário, lembrando a figura do Leviatã de Hobbes e constrói sobre si o *ethos* de um político virtuoso do ponto de vista aristotélico, acumulando vários predicados morais ao assumir o papel de conciliador, cuidadoso e pacificador, além de experiente.

Com a projeção dessa imagem social, Cássio Cunha Lima se apresenta como aquele que vai restabelecer a ordem afetiva entre o Estado e a população de forma amorosa e respeitosa, trazendo a paz e unindo a Paraíba novamente. Esse viés foi reforçado na edição do dia 21 de agosto do Correio da Paraíba:

O guia do candidato Cássio Cunha Lima começou com uma música que diz: “Cássio veio para cuidar (da Paraíba) com amor e respeito... Mais de 1 milhão de amigos estão de braços abertos a te esperar” (...) O tucano falou sobre o rompimento com o ex-aliado Ricardo Coutinho. Afirmou que rompeu porque não podia concordar com demissões de servidores e porque não concorda como fechamento de escolas, nem com a falta de macas nos hospitais e delegacias fechadas (SANTOS, 2014, p. A3).

Semanas antes, essa mesma estratégia exposta no guia do PSDB fora premeditada em entrevistas de Cássio à imprensa no final de julho, como registrou o jornal Correio na

edição de 22 de julho: “O senador adiantou que seu primeiro compromisso, caso seja eleito, será o de conciliar o Governo com a sociedade. ‘Para que com unidade e união tenhamos a capacidade de enfrentar os desafios que estão postos para o futuro’, declarou” (SANTOS, 2014, p. A4).

Com isso, Cássio define Ricardo como um político weberiano adepto da ética de convicção, especialmente, quando atribui à ele sentidos de uso da força refletidos em perseguições e brigas, ao passo que faz de Coutinho um anti-kantiano ao projetar seu caráter político como fruto de traições e mentiras.

3.2.3 O moderno versus o antigo

O mês de setembro, que antecedeu o pleito eleitoral previsto para o dia 5 de outubro, marcou um enfrentamento ético ainda mais acirrado entre os pré-candidatos, especialmente, porque foi quando os jornais paraibanos começaram a divulgar o resultado de pesquisas de opinião sobre a corrida ao Palácio da Redenção.

As pesquisas, como se sabe, refletem o momento, e são o retrato de um cenário político num dado intervalo de tempo que precede o embate nas urnas e por conta disso baliza o comportamento dos candidatos influenciando no direcionamento das estratégias de campanha. Na edição do dia 2 de setembro, o Jornal da Paraíba estampou em sua capa o resultado da pesquisa Ibope, dando Cássio Cunha Lima com 47% das intenções de voto contra 33% de Ricardo Coutinho. O levantamento mostrou, portanto, que Cássio estaria melhor posicionado naquele momento e seria o favorito.

Um dia depois, na edição do dia 3 de setembro, o Jornal da Paraíba estampa na primeira página do caderno de política, uma pauta negativa contra Ricardo, que o torna alvo de uma denúncia envolvendo a execução de obras por meio de emendas parlamentares em troca de apoio político na Assembleia Legislativa da Paraíba (ALPB). A denúncia parte do deputado Antônio Mineral, cassista recém-saído da base do governo no Legislativo após o racha entre PSB e PSDB.

Segundo o Jornal da Paraíba, as acusações de Mineral tiveram início após a divulgação de um vídeo, durante comício no município de Alhandra, onde o governador afirmava que o apoio de um parlamentar custaria o valor de R\$ 300 mil em gratificações mensais. Mineral reforçava na denúncia que, para conseguir obras para suas bases eleitorais com Ricardo Coutinho era preciso recorrer a negociatas. Ele citou o caso de um empréstimo de R\$ 600 milhões que necessitava o Estado, onde o governador teria dito

que se o deputado conseguisse mobilizar apoio na ALPB em favor da rápida aprovação do benefício faria todas as obras requeridas pelo parlamentar tucano:

Com minoria na Assembleia desde o rompimento político com o PSDB, durante um comício realizado no município de Alhandra, na última quinta-feira, o governador Ricardo Coutinho revelou que para ter maioria no Legislativo teria que desembolsar mensalmente R\$ 300 mil para cada parlamentar. “Se eu quisesse, eu colocaria uma ruma de deputados ali e garantia maioria na Assembleia, que hoje eu não tenho. Mas, eu não vou pegar dinheiro do povo, pegar o dinheiro de vocês, das mãos de família, pegar R\$ 300 mil e dar de gratificação para um deputado ser de minha base”, disse Ricardo Coutinho (FARIAS, 2014, p.4).

Ricardo agora quem assume um *ethos* de virtude, na busca de transparecer honestidade pessoal diante uma denúncia grave, de que é adepto de “negociatas” para tocar o governo. A denúncia coloca em xeque o caráter moderno – fruto de uma nova política - edificado por Ricardo em seus discursos, e assim defendido nas aparições dele na imprensa durante os meses de julho e agosto.

No entanto, diferente dos outros meses, setembro marca a existência do que o senso comum chamaria de “prova”, quando o Jornal da Paraíba confronta a ética aristotélica de virtuosidade do governador, construída em preceitos de superioridade moral, com as sérias revelações do deputado Antônio Mineral, atestando as negociações espúrias propostas pelo chefe de estado.

Com isso, os adversários mais uma vez denunciavam o *ethos* weberiano de Coutinho o associando a uma ética de convicção, que significa tomar atitudes sem considerar as consequências nefastas de sua ação, apenas visando atingir o seu objetivo. No caso em questão, Coutinho estaria ‘negociando’ apoios na ALPB por meio de trocas de favores com dinheiro público para alguns deputados, mas visando a aprovação de projetos que fossem para o bem da Paraíba.

Sobre esse dilema, Weber diz que nenhuma ética do mundo pode contornar tal problema e nem a probabilidade das suas consequências deixar incólume quem a praticou. Neste caso -se veio mesmo o governador a utilizar esse tipo de ética política - Ricardo viu o produto de suas próprias ações voltando-se contra ele mesmo e tratou logo de rebatê-las. Em sua estratégia de defesa, o governador evidencia que teve a oportunidade de vir a praticar a ‘negociata’ denunciada por Mineral, mas nunca fez parte disso para não ferir seus princípios se o bem comum.

Coutinho é aristotélico quando se coloca dessa forma, pois constrói sobre si uma imagem de autocontrole diante a “tentação”, o que reflete temperança e equilíbrio sintonizando Ricardo à lógica mediana de Aristóteles onde o homem virtuoso não peca nem por falta, nem por excesso.

A falta, no caso de Ricardo Coutinho, recai no vício de aceitar o jogo de troca de favores perpetuando conchavos escusos entre o governo e a assembleia. Já o excesso está na conduta truculenta de uma gestão disposta a agir com violência para ver seus planos aprovados pelo legislativo a todo custo, o que pressupõe uma conduta totalitária. Ambas as analogias, que vemos como “tentações” do meio político, prejudicam o interesse público. Evidencia-se o poder da razão que evita que o governador seja compelido a agir pela emoção das pressões dos deputados.

Além disso, Ricardo volta a assumir o tom kantiano contra a mentira partindo em busca de uma ética – que como propõe Kant – tem no seu imperativo categórico a obrigação absoluta de praticar a verdade, mesmo em situação que essa verdade lhe coloque em conflito com o *habitus* vigente.

Neste caso, a perpetuação de um costume moralmente condenável na intenção de se conseguir maioria em votações faz Ricardo defender um discurso baseado no *dever* moral de não trair o povo mantendo a coerência de lutar contra a política de “balcão de negócios”. E por isso, o socialista se põe como vítima da própria postura moralmente virtuosa que o levou a ter minoria na Casa Legislativa.

Ao passo que o Jornal da Paraíba enquadrrou resultados de pesquisa e denúncia envolvendo Ricardo Coutinho, o Correio da Paraíba investiu numa pauta mais propositiva no início de setembro, cobrindo carreatas e discursos em comícios realizados pelos candidatos em vários municípios.

Na edição do dia 1º de setembro, o Correio expõe o otimismo de Ricardo e Cássio nessa caminhada. Nota-se que a estratégia discursiva de ambos, no palanque, busca reproduzir o *ethos* de trabalho e vontade de mudança construídos durante os meses de julho e agosto, mas com algumas novidades:

O senador Cássio Cunha Lima (PSDB), candidato da coligação ‘A vontade do Povo’, participou, ontem à tarde, de uma carreata no município de Bayeux. “Estamos percorrendo várias cidades da Paraíba e por onde passamos sentimos o entusiasmo da população. O povo paraibano tem mostrado que quer mudar o atual jeito de governar”, disse o senador, durante comício relâmpago em Bayeux. (...) Em cada município, Ricardo Coutinho destacou investimentos realizados durante mais de três anos de sua administração e voltou a criticar os candidatos que fazem da política o que classificou de balcão de negócios. Em sua passagem por São Sebastião de Lagoa de Roça, Ricardo disse que política

paraibana precisa continuar se desenvolvendo, recebendo obras e serviços em todos os municípios. “Espero que no dia 05 de outubro a Paraíba faça justiça ao trabalho realizado durante os últimos três anos”, comentou durante discurso (SANTOS, 2014, p. A3).

Com isso, é possível compreender que Ricardo novamente assume um tom kantiano-aristotélico, mas sob uma nova estratégia que impõe um deslocamento ainda não verificado nas matérias analisadas. Verifica-se uma inversão na tática discursiva do governador que, ao dizer que espera que a Paraíba lhe faça “justiça pelo trabalho realizado” cobra coerência não de si mesmo, mas da população imputando ao povo a responsabilidade ética de votar em quem assumiu uma postura a favor do bem comum.

Reverenciar um gestor - mediante o voto – pelo trabalho de três anos é, pois, aderir a uma ética de valorização da dignidade humana. Ricardo volta a apelar, dessa maneira, para a racionalidade dos eleitores no sentido de que, baseado na razão, a população reconhecerá naturalmente quem mais trabalhou pelo desenvolvimento da Paraíba.

Na outra ponta, Cássio Cunha Lima inaugura um discurso voltado mais para emoção do eleitorado ao exortar o “entusiasmo” do povo diante a sua candidatura, o que poderia denunciar uma contradição conceitual entre o discurso e o slogan do tucano, já que a “vontade do povo” não pressupõe voto passional. Na etimologia, entusiasmo deriva do grego *enthousiasmós* que designa aquele que está *entheos*, ou seja, em Deus. Significa que se possui Deus dentro de si mesmo (en + theos).

Aristóteles reflete que estar entusiasmado é deixar-se afetar por uma emoção passageira da alma (BRANDÃO, 2011, p.22). Ou seja, um estado psicológico de arrebatamento que culmina num impulso estimulado por fatores internos ou externos a quem sente. Agir com entusiasmo é estar motivado por uma afecção divina (*páthos*) que afeta não só o lado racional, mas diretamente a ética, a qual tem no entusiasmo o motor da ação prática.

Da forma colocada por Cássio, entende-se que a população foi tomada por uma afecção positiva ao vê-lo nas ruas em carreata, energia que teria poder de influenciar diretamente na vontade racional do povo durante a escolha do candidato no dia da eleição. Na edição de 6 de setembro, o Correio da Paraíba pautou – pela primeira vez até então - uma adesão a Ricardo Coutinho – fato que só havíamos registrado no percurso desta pesquisa a favor de Cássio Cunha Lima (vide os casos Cícero Francisco, Rômulo Gouveia, Aracilba Rocha, Antônio Mineral e Raoni Mendes). Neste caso, o apoio partiu de uma peemedebista, a deputada estadual Tatiana Medeiros, que tem inserção na base eleitoral dos Cunha Lima, Campina Grande.

Em sua justificativa, a parlamentar deixa claro que pretende com isso se antecipar ao segundo turno das eleições, vislumbrando um possível apoio do PMDB de José Maranhão ao palanque socialista para derrotar Cássio. Ricardo festejou a adesão alfinetando seu principal adversário:

O governador Ricardo comemorou a adesão e disse que Campina Grande precisa diversificar as suas lideranças políticas. Ele revelou que irá trabalhar para que a peemedebista consiga se eleger. “O meu trabalho meu compromisso com ela é fazer com que a cidade tenha uma representante na Assembleia do Estado. É uma médica, independente, com capacidade de dar aquilo que eu chamo de choque político nesta cidade que está acomodada. Ela vive em função de três famílias e isso não é bom para Campina Grande e nem para o povo”, declarou (BRITO, 2014, p. A3).

Com esse discurso, Coutinho pinça uma ética política marcada pelo imaginário coronelista que predominou na Paraíba. Ao dizer que Campina Grande “precisa diversificar” suas lideranças, o jornal denuncia a concentração de poder nas mãos de um grupo que, eleição pós eleição, se perpetua à frente do comando político da cidade, o que na verdade, é uma estratégia de ataque à hegemonia do clã Cunha Lima naquela região. Assim, Ricardo alerta que sua missão é eleger pessoas “independentes” a esse ciclo vicioso e arcaico. Coutinho prega, com isso, uma ética de ruptura contra um regime que privilegia uma espécie de ‘aristocracia’ política em Campina.

Da carga simbólica presente neste discurso, é possível extrair uma dialética conjuntural que expõe o confronto entre duas éticas: a racionalista kantiana – defendida com apelo aos valores modernos pelo chefe estadual; e a ética cosmológica aristotélica – atribuída implicitamente a Cássio pelo governador sob a áurea da Antiguidade. Do ponto de vista filosófico, a crítica a uma Campina Grande “acomodada” politicamente e que vive “em função de apenas três famílias” representa o ataque a uma ética de manutenção de privilégios comum à aristocracia da Grécia Antiga onde apenas uma casta social participava das decisões políticas da cidade.

O “choque político” defendido por Coutinho é a busca por uma dialética do *habitus* no sentido que se abram brechas e fendas dentro de uma estrutura cristalizada e dada como própria da natureza política de Campina Grande. É justamente esse caráter natural da manutenção de privilégios que justifica o discurso de rompimento com antigos valores.

Apoiar Tatiana Medeiros soa como uma contestação à ética cosmológica impregnada na cultura política de Campina, onde uma cidade inteira vive à mercê da

atuação apenas de “três famílias”. Ricardo aponta para um cenário de concentração de poder que ganhou força de tal maneira durante o percurso histórico da cidade, que praticamente “acomodou” o senso de liberdade e, portanto, de contestação dos cidadãos.

Mas o debate com base em acusações de conduta ética, ora sob o olhar de valores modernos ora de atraso, não foi só uma prerrogativa do discurso de Ricardo Coutinho contra seu adversário. Cássio Cunha Lima também vestiu-se de um *ethos* de modernidade para atacar o adversário, fato registrado na edição de 21 de setembro do Jornal da Paraíba:

Ocorre que passados quase quatro anos de governo, todos os dados oficiais comprovam a piora da prestação dos serviços básicos à população, e as ações prometidas em 2010 não se concretizaram. Ricardo já conhecia a minha maneira de governar e ele me elogiava naquele momento. A Paraíba e eu não o conhecíamos e daí está a grande decepção das pessoas, por ele ter feito no governo, práticas absolutamente atrasadas e diferentes daquilo que ele defendia. O atual governador desrespeitou a autonomia da UEPB, brigou com as mais diversas categorias profissionais, não procurou interagir com os demais Poderes, perseguiu servidores públicos e criou conflito até com a imprensa. Enfim, o Ricardo de 2010 poderia ser o mesmo de 2014, mas não foi o que se apresentou à Paraíba naquele ano, quando ele dizia que iria implantar práticas republicanas de governo e o que menos se viu até agora foi esse republicanismo que iludiu os paraibanos em 2010 (BARBOSA, 2014, p.4).

Aqui, Cunha Lima justifica os motivos que o levaram a julgar a ética política do governador como sinônimo de atraso a partir de ações já debatidas em análises anteriores: perseguição, traição aos anseios do povo, despreparo político para assumir a liderança do Estado, brigas e práticas de governo anti-democráticas.

Cássio traz consigo um arcabouço simbólico de imagens que resume o *ethos* de Ricardo Coutinho desprovido de qualquer virtude aristotélica, além de manchar a áurea weberiana do governador como líder vocacionado para política e, por fim, decreta a falência do *ethos* kantiano assumindo por Coutinho com base na moderna noção de trabalho, já que “todos os dados oficiais comprovam a piora da prestação dos serviços básicos à população”. Assim, Cássio também se coloca na posição de traído, trabalhando o sentido de que Ricardo desvirtuou a política do bem comum que ele havia deixado como legado aos paraibanos em gestões anteriores.

3.2.4 Ética política versus a moralidade jurídica

Outro fenômeno verificado durante o mês de setembro foi a judicialização da conduta moral dos candidatos. Com o acirramento da campanha, o embate ético entre Ricardo e Cássio saiu do campo do discurso para o âmbito jurídico com ambas as coligações impetrando denúncias contra os postulantes de cada chapa com base em

posicionamentos éticos. No dia 2 de setembro, o Correio começa a pautar a discussão em torno do anseio das coligações pelo resultado de uma série de processos impetrados junto ao TSE (Tribunal Superior Eleitoral).

Faltando 33 dias para o pleito, a guerra jurídica refletia o clima de suspeição ética que assumiu a campanha na Paraíba, onde havia 51 recursos em tramitação até então no TSE “contestando decisões do Tribunal Regional Eleitoral em julgamento de pedidos de registros de candidaturas e homologação de alianças, dentre eles, os que envolvem diretamente quatro chapas majoritárias” (RODRIGUES, 2014, p. A3).

Ainda na edição do dia 2 de setembro, o Correio trouxe uma das primeiras querelas ético-judiciais a qual vinha se desenrolando desde julho, envolvendo a tentativa de impedimento do apoio do PT pessoense à candidatura de Ricardo Coutinho.

A denúncia do PMDB tentava enquadrar judicialmente uma prática política considerada antiética definida como fruto de uma infidelidade partidária, já que o PT nacional havia desabonado a aliança com Coutinho em favor do palanque Vitalzinho/Dilma. A partir desse mês, verifica-se uma série de posicionamentos éticos que, do ponto de vista filosófico, formam acusações com base no *ethos* weberiano de uma ética de convicção assinada por todos os postulantes contra os seus adversários.

No dia 12 de setembro, o Correio e o Jornal da Paraíba pautaram a polêmica envolvendo a ação impetrada pela coligação “A força do trabalho” de Ricardo Coutinho que ansiava pela decisão favorável ao pedido de impugnação de Cássio no TSE com base na Lei da Ficha Lima - fruto da cassação do mandato do tucano em 2009.

O resultado da ‘novela’ acabou cinco dias depois com os dois jornais publicando no dia 17 daquele mês a confirmação do registro de candidatura do PSDB, comemorada por Cássio da seguinte forma, nos dois jornais: “Vence a democracia! Vence a soberana vontade do povo e seu direito sagrado de se manifestar nas ruas” (BARBOSA e GOMES, 2014, p. A3). Com isso, o senador volta a se colocar a favor de um “maioria soberana” como se a Justiça estivesse mais atenta aos anseios populares que aos seus próprios critérios jurídicos. Referendar a candidatura do senador tucano com estes argumentos é posicionar-se a favor da ética do bem comum pregada por Aristóteles.

Do outro lado, a coligação “A vontade do povo” impetrou com denúncia junto ao TRE (Tribunal Regional Eleitoral) fazendo com que Ricardo fosse alvo de uma Ação de Investigação Judicial Eleitoral (Aije) acusado de uso da máquina pública para angariar votos, matéria que foi pautada pelo Jornal da Paraíba no dia 16 de setembro associando o

governador a uma prática finalista apenas com o objetivo de vencer a disputa, típica da ética weberiana de convicção onde não se medem esforços para atingir objetivos.

Por outro lado, as edições dos jornais mostram que Ricardo cobrada Justiça a punição do oponente devido a comprovada inferioridade moral que o levou a perder o mandato anos antes, resultado também de um *ethos* weberiano de Cássio que atestou a prática de compra de votos no caso FAC (Fundação Ação Comunitária) – onde o tucano teve o mandato cassado sob acusação de ter distribuído 35 mil cheques a cidadãos carentes durante a campanha de 2006.

Da mesma forma, Ricardo é acusado pelo bloco de Cássio de pedir a nomeação e demissão de comissionados baseados em critérios políticos-eleitorais, o que também denuncia o *ethos* weberiano de Coutinho ao se valer – conforme a denúncia - do poder à frente do governo para tentar influenciar no resultado das eleições mediante recursos moralmente condenáveis. Contra ele pesava a acusação de só deixar no emprego quem declarasse voto à sua reeleição, caso contrário seria demitido.

Outra denúncia que colocou em xeque a ética da política de Cássio frente à moralidade jurídica foi publicada dia 17 de setembro pautada pelo Jornal da Paraíba. O tucano foi alvo de denúncia dando conta que o senador receberia salários acima do teto constitucional, o que acabou gerando uma ação popular na Justiça Federal contra o peessedebista. Cássio teria direito a aposentadoria de ex-governador, que junto com o subsídio de senador ultrapassaria o valor pago a um ministro do Supremo Tribunal Federal (STF).

O fato associa o senador a uma imagem de manutenção de privilégios, corroborando as críticas de Ricardo Coutinho sobre ele, associando-o a um *ethos* considerado arcaico frente ao um novo posicionamento moral exigido pela política na atualidade. O fato afasta Cássio do conceito de boa vontade proposto por Kant, já que ele estaria sendo beneficiado com o acúmulo de salários pagos com dinheiro público, o que comprovaria não só o interesse do candidato em se fortalecer monetariamente, mas também um contrassenso ético dentro da própria legislação que permitiu que isso ocorresse. Pensando como Kant, neste caso Cássio teria o dever moral de recusa-se a receber a pensão por ser ex-governador.

Do mesmo modo, foi pautado no dia 23 de setembro no Jornal da Paraíba, uma denúncia contra a primeira dama do estado, Pâmela Bório e o chefe da Casa Civil, Lúcio Flávio, que prejudicou a imagem de Ricardo Coutinho durante a corrida eleitoral. O fato colocou em xeque a virtuosidade aristotélica que vinha sendo sustentada pelo governador

na construção de um *ethos* de honestidade pessoal e de defesa da justiça social. Pâmela e Lúcio foram acionados pelo Ministério Público (MPPB) para responder judicialmente por supostos atos de improbidade administrativa praticados em decorrência de gastos excessivos na Granja Santana.

Cássio aproveitou essa polêmica para traçar um comparativo com base na inferioridade moral do seu oponente, como registrado na edição de 21 de setembro, no Jornal da Paraíba:

Uma auditoria do Tribunal de Contas do Estado constatou que só no ano de 2011 foram gastos R\$ 326,2 mil com alimentos, além de R\$ 481,2 mil com o fornecimento de refeições, como cafés da manhã, almoços, jantares e lanches na Granja do governador. Também foi identificado gasto em torno de R\$ 18.500,00 com materiais de uso pessoal sem licitação, a exemplo de R\$ 144,80 mil em saís de banho e R\$ 60,00 pagos em um rolo de papel higiênico. O TCE considerou as despesas um exagero. E eu também considero, principalmente porque tratam-se de despesas pagas não com o salário que o governador recebe, mas sim, pelos cofres públicos. Quando estive como governador, não morei na Granja Santana e utilizava o espaço para reuniões com categorias profissionais e outros assuntos administrativos. Pretendo, se for eleito governador em outubro, transformar o espaço em um parque público (BARBOSA, 2014, p.4).

Com isso, o senador tucano volta a jogar por terra o discurso aristotélico de Ricardo como paladino de uma política voltada para o interesse do bem comum, pois os gastos da Granja Santana é a prova que ele está sendo conivente com um padrão de vida que não reflete os anseios populares que tanto propaga em seus discursos. A carga simbólica desse ataque é ainda mais forte porque vem embasada pelo discurso jurídico do TCE, o que atribui à polêmica um caráter de veracidade de difícil contestação.

Um dia após à denúncia, em 24 de setembro o Jornal da Paraíba publicou mais outra denúncia amparada novamente pelo discurso jurídico contra Ricardo Coutinho. Dessa vez, envolvendo a polêmica de helicópteros usados pelo governo do Estado, onde o Tribunal de Contas do Estado apontava que havia irregularidades no processo de compra de duas aeronaves pelo Gabinete Militar do Governador.

Como previsto, a polêmica favoreceu a estratégia de construção de um *ethos* de credibilidade em volta de Cássio Cunha Lima alçando uma áurea de suspeição sobre o caráter kantiano do governador Ricardo Coutinho, que vinha ao longo de julho e agosto se colocando sempre ao lado da verdade e do trabalho, mas que estaria sendo associado a supostas prática de corrupção à frente do governo estadual cenário que põe em xeque o *ethos* kantiano do seu discurso em favor da verdade dos fatos.

Na edição de 12 de setembro do Jornal Correio, Ricardo lamenta as mentiras que, segundo ele, vem sendo ditas contra a sua pessoa. Ao comentar ataques disparados por Cássio, disse que seus adversários manipulam dados e mentem para lhe atingir, o que reforça a crítica weberiana de que seus oponentes, dispostos a vencer a todo custo, recorrem a meios duvidosos do ponto de vista moral para lhe derrubar, como reforça o trecho da matéria: “Ricardo disse que os adversários manipulam dados e mentem em relação ao tema. ‘Estamos vendo um festival de mentiras dos adversários’” frisou (SANTOS, 2014, p.3)

Já com o sub-título: “Cássio denuncia superfaturamento”, o Jornal da Paraíba, na edição do dia 24 de setembro sobre o caso da compra de helicópteros, dá destaque maior ao caso relatando que o senador tucano explorou a polêmica em seu guia eleitoral de TV, potencializando o ataque à conduta moral de Ricardo e a denúncia do *ethos* weberiano do governador, capaz de negociatas escusas para se auto-beneficiar das vantagens e benesses que o poder poderia lhe beneficiar, mesmo sendo moralmente reprovável.

Um dia depois, em 25 de setembro, o próprio Jornal da Paraíba passou a investir na exploração do mesmo caso, esmiuçando a denúncia e estampando-a na manchete de capa afirmando que: “Governo é suspeito de superfaturar helicóptero” (DA REDAÇÃO, 2014, p.2). Na mesma edição, o Jornal da Paraíba ressuscitou também a polêmica das ‘negociatas’ envolvendo deputados e o governador Ricardo Coutinho informando que o Ministério Público Eleitoral (MPE) iria solicitar informações detalhadas dos parlamentares sobre o caso.

Toda essa polêmica pautada pelo Jornal da Paraíba reforçou o imaginário de inferioridade moral de Ricardo, isso há dez dias das eleições. O Correio por sua vez não investiu na pauta massiva sobre os casos. A denúncia da compra dos helicópteros se estendeu no Jornal da Paraíba durante três dias consecutivos, sendo amplamente explorado até o dia 26 de setembro. Ainda no dia 26, explodiu outra grave denúncia que atingia a imagem do governador, denunciando o *ethos* weberiano de Coutinho, onde o Jornal da Paraíba diz no título da matéria que o “governo teria abafado apuração sobre propina” (DA REDAÇÃO, 2014, p.3).

O caso dava conta de uma denúncia protocolada pelo Fórum dos Servidores do Estado denunciando supostos pagamentos de propina a secretários de Estado da Paraíba, em 2011, no segundo ano do governo Ricardo Coutinho. Caso colocou Ricardo, mais uma vez, longe dos preceitos aristotélicos do bem comum e da virtude e ainda mais distante do agir por dever baseado na boa vontade da política em favor da verdade e dos preceitos

da democracia. Sobre o socialista, foi mais uma vez alçado um *ethos* de suspeição que prejudicaria a sua imagem de isenção e honestidade

Sobre o caso, o gestor se pronunciou por meio de nota à imprensa tachando as acusações de factoides na ânsia de macular a sua imagem com objetivos eleitorais, como publicado no Jornal da Paraíba, no dia 26:

No documento, o governo destaca ainda que “se trata de uma tentativa desesperada de setores contrários à atual gestão em querer macular a imagem de um governante e de um governo, que têm conquistado tantos avanços para o Estado, com o propósito de confundir os paraibanos”, e afirma ser estranho que só agora venham dar atenção às supostas denúncias. Para o governo, “a articulação tem como defensores personagens que publicamente têm adotado postura contra o atual governo, em razão de interesses contrariados” (FARIAS, 2014, p.3).

É possível analisar a partir dessa defesa, que o governador se coloca como vítima de um processo político desleal arquitetado para macular sua imagem e dessa maneira “confundir” os eleitores. Essa postura é importante do ponto de vista da estratégia política porque atribui aos adversários a prerrogativa da violência discursiva, o que pode gerar um efeito de duplicidade na construção das imagens dos candidatos com base no que Charaudeau (2013) analisa como efeitos não esperados do discurso político.

Ou seja, ao passo que a imprensa pauta um cenário cada vez mais recheado de ataques contra o governador, isso também pode gerar uma imagem inversa da que vem sendo trabalhada na cabeça do eleitor, com base na construção de um *ethos* de vitimização – como explorado na nota – o que gera um sentido de empatia com quem está sendo perseguido. Um dia depois, em 27 de setembro, o Jornal da Paraíba publicou o resultado de uma pesquisa de opinião dando Cássio como o favorito dos paraibanos.

3.2.5 Quadros de referência dos discursos sobre ética

Destacamos aqui um conjunto de estratégias de ataque e defesa que balizaram o discurso político de Cássio Cunha Lima e Ricardo Coutinho, identificando a construção de vários *ethos* com base no legado filosófico de Aristóteles, Kant e Weber. A intenção é fornecer um resumo conceitual dos três primeiros meses da campanha atestando, com isso, um jogo volátil de máscaras amparado na transmutação de papéis e imaginários discursivos. Cada quadro fornece um *ethos* diferente e específico para cada contexto político:

ETHOS DE ATAQUE		
RICARDO COUTINHO		CÁSSIO CUNHA LIMA
WEBER	VERSUS	WEBER
Acusa seu adversário de agir com base em interesses particulares denunciando a inferioridade moral do oponente. Usa para isso argumentos weberianos que associam Cássio a uma ética de balcão de negócios, especialmente no trato com prefeitos e o povo. Ricardo tenta atribuir ao adversário características de um político profissional que vive em função da política e não ‘para’ a política.		Revela o <i>ethos</i> weberiano de convicção de Ricardo denunciando sua perversão moral com base na montagem de farsas para tentar vencer a todo custo. Denuncia, portanto, a adesão do socialista a estratégias moralmente condenáveis que atestam a inferioridade de caráter do opositor, construindo sobre ele a imagem de um político de traiçoeiro.
KANT	VERSUS	WEBER
Investe na estratégia de alertar que o bloco adversário é o da promessa, da enganação e da mentira denunciando a falta de capacidade de trabalho e articulação administrativa do opositor para realizar obras. Com isso, se coloca a favor do <i>dever</i> moral de combater mordomias históricas que seus adversários nunca tiveram coragem de enfrentar.		Aposta na tática de denunciar a inferioridade moral do governador mostrando o <i>ethos</i> perseguidor e traidor do socialista, que estaria levando a Paraíba a um clima de brigas, conflitos e desunião associando Ricardo a um imaginário weberiano de uso da violência estatal para atingir seus objetivos.

ARISTÓTELES		VERSUS	KANT	
Coloca Cássio como representante de valores morais ultrapassados, evocando sobre o tucano um imaginário discursivo de aristocracia dominante e politicamente sintonizada com a ética cosmológica da Antiguidade Clássica.			Se coloca a favor de um ethos de modernidade, com argumentos de valorização da dignidade e liberdade humanas em contraponto ao perfil ‘monarca’ e ‘ditatorial’ de Ricardo.	

Quadro 1 – Ethos de ataque

ETHOS DE DEFESA			
RICARDO COUTINHO		CÁSSIO CUNHA LIMA	
KANT		VERSUS	KANT
Se apoia no discurso baseado na moderna noção de trabalho kantiana, alegando que sua prática política inovadora, convertida em ações e obras, é que dará a devida resposta aos ataques ‘mentirosos’ dos adversários. Tenta se projetar como a personificação do próprio conceito filosófico que sustenta.			Se coloca como uma espécie de “pacificador” e “salvador dos oprimidos”, imbuído da missão de unir a Paraíba novamente em torno dos valores democráticos de fraternidade, igualdade e respeito à vontade consciente do ser humano. A estratégia soa como o anúncio do retorno de um tempo em que a dignidade do cidadão foi, fato, respeitada.
WEBER		VERSUS	ARISTÓTELES

Aposta na construção de um ethos de chefe com força de caráter que o obriga a tomar atitudes duras, mas que contrariam privilégios em defesa do interesse da maioria. Desse modo, admite um perfil austero, porém necessário para promover as verdadeiras mudanças que a Paraíba precisa. Assume, assim, a noção weberiana de uma ética de responsabilidade, em que não atribui a ninguém – a não ser a si mesmo – a missão de levar a Paraíba a um caminho de progresso.	Constrói um ethos de virtude que o ajuda a projetar-se como político que reúne melhores predicados morais, posicionando-se como um político conciliador, parceiro e amigo do povo disposto a reimplantar uma cultura de diálogo entre o governo e as instâncias populares. Além disso, atesta sua virtuosidade reconhecendo que aprendeu com os erros do passado, o que lhe coloca à frente dos demais – do ponto de vista aristotélico – devido à experiência acumulada em favor do bem comum.
KANT + ARISTÓTELES VERSUS WEBER	
Cobra coerência e ética da população para que ela possa reconhecer quem realmente mais trabalhou em favor do bem comum. Defende a busca por uma dialética do <i>habitus</i> político na Paraíba se colocando como vítima de uma oposição weberiana disposta a manipular dados e promover um festival de mentiras para vencer as eleições.	Investe na imagem de um líder ideal carismático que consegue entusiasmar o povo por aonde passa, apostando na fé (<i>páthos</i>) do eleitorado. Entre as características desse líder, assume o discurso de paixão a uma causa maior, sendo ela: restabelecer o clima de paz no estado tanto do ponto de vista social como político. Por conta dessa tática não escapa da noção weberiana de líder demagógico.

Quadro 2 – Ethos de defesa

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa discutiu as noções de ética a partir da análise dos principais jornais paraibanos com base no contexto eleitoral de 2014. O objetivo foi investigar as variadas interpretações que possui a ética no contexto discursivo dos principais candidatos Ricardo Coutinho e Cássio Cunha Lima. Analisamos que os discursos sobre a ética que permeiam os jornais paraibanos podem ser identificados com as ideias difundidas no pensamento de Aristóteles, Kant e Max Weber.

Foi possível observar que a pujança reflexiva desses três autores venceu as barreiras do tempo influenciando a nossa vida cotidiana até os dias de hoje. Com isso, compreendemos que o debate sobre ética pode se encaixar em diversos contextos semanais do cotidiano reproduzidos em diferentes noções, onde cada uma pode ser enquadrada de acordo com a devida origem filosófica que faz parte.

A poder do *ethos* enquanto caráter foi testado a partir da análise de discursos de ataque e defesa que buscaram construir e desconstruir a imagem de cada oponente. Assim, podemos observar cenários multifacetados em que o mesmo personagem usufruía de várias máscaras discursivas forjando e desconstruindo imagens de si mesmo e dos outros fazendo jus a um jogo de ambivalências simbólicas inerente ao discurso político.

De um lado, foi possível perceber um governador weberiano colocando-se em contraponto a um Cássio kantiano, “salvador dos oprimidos” numa missão de reconciliar o governo com seu povo amparado por um *ethos* quase messiânico. De outro modo, se apresentou até nós a faceta de um Ricardo aristotélico em favor da busca do bem comum e ao mesmo tempo adepto de uma ética da responsabilidade, imbuído da missão de acabar com um modelo arcaico de se fazer política na Paraíba.

Em outro esquadro, Cássio resgata a noção aristotélica de que a ética, enquanto catalisadora de virtudes através da política, é fruto de um processo contínuo de aprimoramento. Dessa forma, justifica o seu discurso de experiência revelando-se um político virtuoso, conciliador, amigo, parceiro do povo e honesto ao ponto de reconhecer falhas em gestões anteriores.

Um outro Coutinho, agora sustentando um discurso kantiano, defende um governo com base na moderna noção de trabalho e dessa maneira desafia os interesses de uma minoria acostumada com a manutenção de privilégios. A estratégia associa o seu adversário ao imaginário aristocrático da Antiguidade Clássica, onde a ética era baseada na harmonia cosmológica das práticas cotidianas e que sofreu uma mutação brutal com a

abordagem de Kant, que encarou a ética a partir da liberdade, vista como direito fundamental da razão humana.

Também foi possível investigar a construção da imagem de um Cássio apaixonado por uma causa, condição weberiana de constituição do perfil do líder carismático. Essa tática aposta num discurso focado em promessas para guiar as massas com apelo à emotividade (*phatos*) do eleitor, o que denuncia uma contradição conceitual, já que a estratégia vai de encontro ao apelo racional do slogan da coligação tucana.

Analizamos ainda a base filosófica desses slogans identificando a inspiração moderna em cada um deles. Primeiro, porque a ‘A vontade do povo’ faz um apelo à capacidade racional do ser humano objetivando a escolha consciente. Segundo, porque ‘A força do trabalho’ exalta o poder de um *ethos* que deixou ser prerrogativa de escravos e passou a ser sinônimo universal de dignidade humana.

Além das estratégias de ataque e defesa entre os candidatos, se apresentou até nós o noticiário denunciasta-moralizante, verificado semanas antes do dia da eleição, o que prejudicou de certo o modo o noticiário propositivo em favor de uma ética da política.

Com essas referências, os candidatos debateram a construção de várias noções da ética, que se demonstrou como um conceito multi-forme, longe de uma abordagem engessada epistemologicamente, com o objetivo de edificar imagens de si e do outro refletindo construções simbólicas de outros tempos e contextos.

Ressignificadas, as noções de ética em Aristóteles, Kant e Weber foram ao longo do processo histórico renovadas no imaginário político e amplificadas pelo jornalismo recebendo novos valores e repaginando outros. Essas noções foram aqui compiladas numa pesquisa do *ethos* enquanto sinônimo de caráter e costumes. Da mesma maneira, com a evolução história, novos conceitos sobre a ética surgirão renovando significações num fluxo contínuo de aprimoramento social.

Foi observado ainda que a judicialização da ética através de uma cobertura baseada em denúncias pôs em xeque não só a ética da política dos candidatos - que tiveram suas máscaras sociais contestadas pelo discurso jurídico –mas a postura ética dos próprios veículos de comunicação.

No comparativo do trabalho dos dois jornais, foi possível perceber que, especialmente no mês de setembro, os periódicos se diferenciaram na qualidade e quantidade das matérias com teor ético-denunciasta, desfavorecendo – em maior escala de sentidos - a construção de um *ethos* positivo sobre um dos candidatos conforme a proximidade do dia da eleição.

REFERÊNCIAS

AIRES, Janaíne. **Programas sensacionalistas e relações de poder: a construção do perfil político de um “defensor do povo”**. 2014. 173f. Dissertação (Mestrado em Comunicação)-Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura da Universidade do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.

ALDÉ, Alessandra. **As eleições presidenciais de 2002 nos jornais**. Revista Alceu. V. 3, n.6, p. 93 –121. 2003. Disponível em: <<http://revistaalceu.com.puc-rio.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=75&sid=16>>. Acessado em: 18 Out. 2015.

_____. FIGUEIRO, Marcus. MENDES, Gabriel. **Tomando partido: imprensa e eleições presidenciais em 2006**. Revista de Sociologia, n. 10, p. 153 – 172. 2007. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/view/1688>>. Acessado em: 10 Set. 2015.

ARISTÓTELES. **Ética a Nicômaco**. (Coleção Os pensadores; v. 2). São Paulo: Nova Cultural, 1991.

_____. **A ética: textos selecionados**. São Paulo: Edipro, 2015.

BALANDIER, Georges. **O poder em cena**. Coleção pensamento político. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1982.

BARRETO, Emmanuel. **Jornalismo e Política – A Construção do Poder**. Revista de Estudos em Jornalismo e Mídia. V.3. n.1. 2006.

BAUMAN, Zygmunt. **Ética pós-moderna**. 1 ed. São Paulo: Paulus, 2013.

BERSTEIN, Serge. **Cultura política e historiografia**. In: Cultura política, memória e historiografia. Cecília Azevedo, Denise Rollemberg, Maria Bicalho, Paulo Kanauss, Samantha Quadrat. Rio de Janeiro: FGV, 2009.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2015.

BRANDÃO, Helena Nagamine. **Enunciação e construção do sentido**. In: Comunicação e análise do discurso. Roseli Figaro (org). São Paulo. Contexto, 2012.

BRANDÃO, Jacintho Lins. **O entusiasmo poético**. In: As artes do entusiasmo: da Grécia antiga à contemporaneidade. Fernando Muniz (org).Rio de Janeiro: 7 letras, 2011.

BENETTI, Marcia. **Análise de Discurso em Jornalismo: estudo de vozes e sentidos**. In: Metodologia de pesquisa em jornalismo. Cláudia Lago e Marcia Benetti (org). Petrópolis. Vozes, 2008.

CÂMARA, Clara. **O bem comum, o poder e a liberdade no discurso político**: uma análise das noções de política enunciadas no Jornal da Paraíba e no Correio da Paraíba nas eleições estaduais de 2010. 117 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFPB. Paraíba, 2015.

CARVALHO, José Murilo de. **Mandonismo, coronelismo, clientelismo: uma discussão conceitual. Dados**, v. 40, n. 2, 1997. Disponível: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0011-52581997000200003&script=sci_arttext. Acesso em: 8 nov. 2015.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso político**. 2 ed. São Paulo: Editora Contexto, 2013.

_____. **Discurso das mídias**. 2 ed. São Paulo: Editora Contexto, 2013.

CHAUÍ, Marilena. **Convite à filosofia**. 13ª ed. São Paulo: Ática, 2006.

_____. **Introdução à história da filosofia**. 2 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

CORREIA, João Carlos. **A teoria da comunicação de Alfred Schutz**. Lisboa: Livros Horizonte, 2005.

COSTA, Caio Túlio. **Ética, jornalismo e nova mídia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

DANTAS, Edmundo Brandão. **Marketing político: técnicas e gestão no contexto brasileiro**. São Paulo: Atlas, 2010.

FERREIRA, Luiz Antonio. **Leitura e persuasão**: princípios de análise retórica. São Paulo: Editora Contexto, 2010.

FERRY, Luc. **Aprendendo a viver: filosofia para os novos tempos**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2006.

FIORIN, José Luiz. **Enunciação e comunicação**. In: Comunicação e análise do discurso. Roseli Figaro (org). São Paulo. Contexto, 2012.

GOMES, Pedro Gilberto. **Comunicação Social: Filosofia, ética, política**. São Leopoldo: Unisinos, 1997.

GUMES, Schella Frota. **A construção das imagens sociais ou públicas de Lula e FHC nas eleições presidenciais de 1998**. In: Mídia e Eleições 98. Antônio Albino Canelas Rubim (Org.). Salvador: Ed. Universitária UFPB/FACOM, 2000.

KANT, Immanuel. **Fundamentação da Metafísica dos Costumes**. Coleção Textos Filosóficos. Lisboa/Portugal. Edições 70, 2007.

KARAM, Francisco José Castilho. **Jornalismo, ética e liberdade**. 4ª ed. São Paulo: Summus, 2014.

LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 2 ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2008.

LEAL, Victor Nunes. **Coronelismo, enxada e voto**. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1997.

LIMA, Venício A. de. **Mídia. Crise política e poder no Brasil**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

MAFFESOLI, Michel. **O imaginário é uma realidade**. *Revista Famecos*, Porto Alegre, nº 15, p.74-82, 2001. Disponível em: <<http://200.144.189.42/ojs/index.php/famecos/article/viewFile/285/217>>. Acesso em: 12 nov. 2015.

_____. **Revisão de Conceitos**. 2009. Disponível em: <<http://www.clicrbs.com.br/blog/jsp/default.jsp?source=DYNAMIC,blog.BlogDataService,getBlog&uf=1&local=&template=3948.dwt§ion=Blogs&post=196716&blog=578&coldir=1&topo=3994.dwt>>. Acesso em: 23 ago. 2015.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. 3ª ed. São Paulo: Pontes, 1997.

MELLO, José Octávio de Arruda. **Conflitos e convergências nas eleições paraibanas de 1982, 2002 e 2006**. João Pessoa: Sebo Cultural, 2010.

MIET, Dietmar. **Pequeno estudo sobre ética**. São Paulo: Ideias letras, 2007.

MIGUEL, Luiz Felipe. **O possível além do necessário: transformando ação política da mídia no Brasil**. In: A mídia nas eleições de 2006. Venício de Lima (Org.). São Paulo: 2007, Fundação Perseu Abramo.

_____. **Os meios de comunicação e prática política**. *Revista Lua Nova*, n. 55-56, pp. 155-184. 2002.

MO SUNG, Jung. SILVA, Josué Cândido. **Conversando sobre ética e sociedade**. 18ª ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2011.

NETO, Antônio Fausto. **Discurso político e mídia**. In: Comunicação e Política: Conceitos e abordagens. Antônio Albino Canelas Rubim (org.). Salvador: Unesp/Edufba, 2004.

NIETZSCHE, Friedrich. **Genealogia da Moral**. 2 ed. São Paulo: Editora Escala, 2007.

NUNES, Márcia Vidal. **Mídia e Eleições**. In: Comunicação e Política: Conceitos e abordagens. Antônio Albino Canelas Rubim (org.). Salvador: Unesp/Edufba, 2004.

ORLANDI. Eni P. **Análise de discurso. Princípios e procedimentos**. 11ª ed. São Paulo: Pontes, 2013.

PAZ, José Machado. **Vida cotidiana, enigmas e revelações**. São Paulo: Cortez, 2003.

PEREIRA, Wellington. **Seis leituras heurísticas para análise jornalística**. Culturas Midiáticas. Revista do programa de Pós-graduação da Universidade Federal da Paraíba. Ano VII, n. 12 - jul-dez/2014.

_____. **A construção do afeto no jornal impresso**. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom. XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Manaus – 4 A 7/92013.

_____. **A comunicação e a cultura no cotidiano**. Revista FAMECOS • Porto Alegre - nº 3_2 - abril de 2007.

PINTO, Milton José. **Comunicação e discurso**. 2 ed. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

PRODANOV, Cleber Cristiano. FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do Trabalho Científico. Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. Rio Grande do Sul. Universidade Feevale. 2013.

RODRIGUES, Caminha Lopes. **A Revolta de Princesa**. Disponível em: <<http://cpdoc.fgv.br/sites/default/files/verbetes/primeirarepublica/PRINCESA,%20Revolta%20de.pdf>> Acesso em: 10 nov. 2015.

ROSANVALLON, Pierre. **Por uma história do político**. São Paulo: Alameda, 2010.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. **Ética da política e ética na política nas eleições de 2006**. In: A mídia nas eleições de 2006. Venício A. de Lima. (org.). São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

_____. **Comunicação e Política: conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba/Unesp, 2004.

_____. **Mídia e Eleições 98**. Salvador: Facom/UFBA, 2000.

SÁ, Xico. **Proibido de apoiar Dilma, Xico Sá deixa a Folha**. Disponível em: <<http://www.brasil247.com/pt/247/midiatech/156823/Proibido-de-apoiar-Dilma-Xico-S%C3%A1-deixa-a-Folha.htm>>. Acesso em: 15 de ago. 2015.

SANTAYANA, Mauro. **Ética dentro e fora das redações**. In: Jornalismo político: Teoria, História e Técnicas. Roberto Seabra e Vivaldo de Souza (org.). Rio de Janeiro: Record, 2006.

SETTON, Maria da Graça Jacintho. **A teoria do *habitus* em Pierre Bourdieu: uma leitura contemporânea**. Revista Brasileira de Educação.

SODRÉ, Muniz. **A crise moral da notícia**. Observatório da imprensa. 03/05/2012. Ed. 692. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/jornal-de-debates/a_crise_moral_da_noticia/>. Acesso em: 8 nov. 2015.

TEDESCO, João Carlos. **Paradigmas do cotidiano**. Introdução à constituição de um campo de análise social. Santa Cruz do Sul: UPF Editora, 2003.

TÉTU, François. **Le Monde e Libération em perspectiva**. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell. O jornal da forma ao sentido. 3ª ed. Brasília: Editora UNB, 2012.

THOMPSON, Jonh. **A Mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. São Paulo. Petrópolis, 2013.

VIEIRA, Stalimir. **O moído de 2002**: bastidores da campanha eleitoral que rachou a Paraíba. São Paulo: Livro Livre, 2006.

WEBER, Max. **Ensaaios de sociologia**. 5ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 2013.

_____. **Escritos políticos**. 1 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2013.

JORNAIS PESQUISADOS

ASEVEDO, Flávio. Ricardo destaca inclusão e saúde. **Correio da Paraíba**, João Pessoa, 26 de jul. 2014, Política, p.3.

BARBOSA, Josumar. Ricardo anuncia Lígia como vice-governadora. **Jornal da Paraíba**. João Pessoa, 2 de jul. 2014, Política, p.3.

BARBOSA, Josusmar. Rômulo Gouveia oficializa apoio a Cássio durante convenção. **Jornal da Paraíba**. João Pessoa, 1º de jul. 2014, Política, p.4.

BARBOSA, Josusmar. TSE decide por 6 a 1 que Cássio é elegível. **Jornal da Paraíba**. João Pessoa, 17 de set. 2014, Política, p.3.

BRITO, Giovannia. Lígia é candidata a vice do PSB. **Correio da Paraíba**, João Pessoa, 2 de jul. 2014, Política, p.3.

BRITO, Giovannia. Tatiana adere à candidatura de Ricardo. **Correio da Paraíba**, João Pessoa, 6 de set. 2014, Política, p. A3.

DA REDAÇÃO. Raoni Mendes oficializa apoio a Cássio. **Correio da Paraíba**, João Pessoa, 6 de set. 2014, Política, p.4.

DA REDAÇÃO. Cássio Cunha Lima quer nomear mais policiais e revisar PCCRs da Educação. **Jornal da Paraíba**. João Pessoa, 21 de set. 2014, Política, p.4.

FARIAS, Michelle. Mineral denuncia 'negociata'. **Jornal da Paraíba**. João Pessoa, 3 de set. 2014, Política, p.4.

FARIAS, Michelle. MPPB aciona Pâmela e Lúcio Flávio na Justiça. **Jornal da Paraíba**. João Pessoa, 23 de set. 2014, Política, p.3.

FARIAS, Michelle. Governo teria 'abafado' apuração sobre propina. **Jornal da Paraíba**. João Pessoa, 26 de set. 2014, Política, p.3.

GOMES, André. PSB divulga nome do vice hoje. **Correio da Paraíba**, João Pessoa, 1º de jul. 2014, Política, p.3.

GOMES, André. SANTOS, Mislene. PSB lança campanha em plenária. **Correio da Paraíba**, João Pessoa, 11 de jul. 2014, Política, p.3.

GOMES, André. TSE confirma registro de Cássio. **Correio da Paraíba**. João Pessoa, 17 de set. 2014, Política, p.4.

GUEDES, Lenilson. Pensão de Cássio é alvo de processo. **Jornal da Paraíba**. João Pessoa, 17 de set. 2014, Política, p.5.

GUEDES, Lenilson. Coligação do PSB acusa Cássio de comprar apoio de prefeitos. **Jornal da Paraíba**. João Pessoa, 25 de jul. 2014, Política, p.4.

GUEDES, Lenilson. Candidatos usam guia para críticas e propostas. **Jornal da Paraíba**. João Pessoa, 21 de ago. 2014, Política, p.3.

GUEDES, Lenilson. TCE vê irregularidades em licitação do Estado. **Jornal da Paraíba**. João Pessoa, 24 de set. 2014, Política, p.3.

SANTOS, Mislene. Cássio: programas serão retomados. **Correio da Paraíba**, João Pessoa, 22 de jul. 2014, Política, p.4.

SANTOS, Adelson Barbosa. Guia cita Campos, Lula e Dilma. **Correio da Paraíba**, João Pessoa, 21 de ago. 2014, Política, p.3.

SANTOS, Mislene. Domingo de campanha na estrada. **Correio da Paraíba**, João Pessoa, 1 de set. 2014, Política, p.3.

NORONHA, Cecília. PSB e PMDB registram o PT. **Correio da Paraíba**, João Pessoa, 6 de jul. 2014, Política, p.2.

RODRIGUES, Adriana. PSDB discute propostas com prefeitos. **Correio da Paraíba**, João Pessoa, 12 de jul. 2014, Política, p.5.

SANTOS, Adelson Barbosa. Dados seriam manipulados. **Correio da Paraíba**. João Pessoa, 12 de set. 2014, Política, p.4.