

“No espaço midiático digital, o indivíduo está bêbado de si mesmo”

Por Laerte José Cerqueira

Doutor em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco - UFPE. Integrante do Grupo de Pesquisa Jornalismo e Contemporaneidade da UFPE/PPGCOM.

De fala pausada, com papel e caneta para fazer anotações enquanto conversa, o professor de Ética em Barcelona, **Carlos Miguel Ruiz Caballero**, é daqueles otimistas críticos. Traz nas suas reflexões o tom pontiagudo para alertar, abre-se aos próprios questionamentos e recorre às referências literárias para estabelecer pontes que o ajudam a refletir sobre o mundo.

Caballero nasceu na ilha de Gran Canária (Espanha), em 1960, é doutor em Jornalismo pela Universidade Ramón Llull e professor titular da Faculdade de Comunicação e Relações Internacionais da Blanquerna, onde ensina Ética da Comunicação. De 1984 a 1994, trabalhou como jornalista em vários meios de comunicação, é coautor de *La vuelta de la vuelta* (Empúries, 1985) e publicou os livros *La agonía de el cuarto poder* (Trípodos, 2008) e *Ética de la audiencia* (Grafito, 2003). Em 2014, foi ganhador do Prêmio de Ensaio Josep Vallverdú.



Em entrevista feita num café da Universidade, em pleno centro velho de Barcelona, paradoxalmente numa área rodeada de novos edifícios, como o Centro de Cultura Contemporânea, Caballero destacou que um dos desafios da ética jornalística na atualidade está no uso das imagens. Elas “nos insensibilizam ou conscientizam?”, pergunta. Outra preocupação paira no descolamento do poder simbólico para o cidadão, com acesso fácil às tecnologias de comunicação e informação. Segundo ele, um movimento que tem provocado desconcertos e mudanças revolucionárias. A preocupação? Os indivíduos que estão bêbados de si mesmos.

Caballero reforça que, para ele, não existe uma ética do jornalismo na internet, mas uma ética do jornalismo que deve ser aplicada aos desafios que a rede traz. Verdade, dignidade humana e autenticidade resumem os princípios que devem nortear o profissional. O professor lembra que os desafios nessa sociedade do desconcerto, da visibilidade e da vaidade são enormes, o que requer observação e força para transformar. Alerta para o poder “descontrolado” da mídia e critica a censura empresarial. Contra a atualização desenfreada da rede, que desqualifica o conteúdo do jornalismo, Caballero nos ajuda a pensar e debater sobre esses novos tempos.

Estas e outras ideias Carlos Miguel Ruiz Caballero expos ao pesquisador Laerte Cerqueira em entrevista especialmente para a **EJM**:

EJM - Primeiro, uma reflexão mais geral: o que mais preocupa o senhor no que se refere às questões éticas do jornalismo contemporâneo?

CARLOS RUIZ CABALLERO - Para mim, o que mais preocupa é o tema da imagem, do ponto de vista do conflito ético, porque creio que uma das responsabilidades éticas mais significativas em um mundo globalizado, um mundo que começou a se globalizar na Primeira Guerra Mundial, é como entendemos o outro. Porque o “outro” está entrando em nossa sociedade e há cada vez mais “outros”. Creio que a imagem é fundamental, o olhar é fundamental, e nesse sentido a televisão deve ter, do ponto de vista ético, muito cuidado em como mostra o outro e o que mostra do outro.

EJM - Justamente sobre este ponto, eu vi uma postagem no seu Facebook que mostra um jovem com o rosto ensanguentado. O senhor diz que a difusão de uma imagem como aquela alimenta uma necessidade social de vingança e a sensação é de que está se fazendo um linchamento simbólico. Quais as consequências desse tipo de ação?

CARLOS RUIZ CABALLERO - Quando debato com um amigo fotógrafo ou um amigo jornalista de televisão, eu digo que o problema não está numa foto concreta. Eu creio que o problema é de ecossistema. A pergunta é: a enorme profusão de imagens, não só as violentas – porque tem uma violência física, mas tem a violência simbólica; por exemplo, a humilhação é uma violência simbólica muito dura –, essa enorme proliferação de imagens, que vulneram, digamos, para entendermos a dignidade humana, fazem-nos perder a sensibilidade ou geram consciência? Geram consciência para que nós atuemos?

Nesse momento, nesse sentido sou pessimista. Creio que há uma enorme proliferação de imagens que nos anestesia ante a dor. Damos o exemplo de uma foto que foi ícone da má consciência ocidental: a foto de Aylan². Gerou muitos comentários em meios, em redes sociais, porém continuam morrendo meninos no mediterrâneo.

² *Aylan Kurd: menino de três anos encontrado em praia turca após naufrágio. Caído de bruços na areia da praia de Bodrum, o corpo da criança vestindo blusa vermelha e bermuda azul tornou-se um símbolo da crise migratória que havia matado (e continua matando) milhares de refugiados na travessia da Turquia para a Grécia.*

neo todos os dias. Suscita em todo caso emotividade ou “catedrais emocionais”, que nos comprometem. Claro, minha inquietude é saber se essa enorme proliferação de imagens está convertendo o cidadão, de alguma maneira, em espectador. E assistimos a desgraça como quem vai a um cinema e senta e observa, porque as imagens nos aproximam. Porém, acredito que moralmente nos distancia.

Esse é um primeiro aspecto. Há um contexto disso, que estou dizendo que não somos conscientes ainda. Conscientes desta mudança brutal que tem experimentado a comunicação, o que chamamos de sistema midiático, ou esfera pública, sistema midiático híbrido, como chamam alguns autores. Creio que há um enorme desconcerto no conceito porque assistimos a uma transformação do mundo. Creio que atualmente os conceitos de comunicação tradicional ou de sociologia da comunicação tradicional são, como dizia o sociólogo alemão Ulrich Beck, *conceptos zombi*. Não nos ajudam a explicar a realidade que está emergindo. Estamos diante de uma mudança de mundo e isso afeta a comunicação, claramente. Por quê? Porque diante do que chamamos esfera pública, para utilizar uma denominação hegemônica no meio de comunicação tradicional, isso tem mudado radicalmente. Porque neste espaço público/privado, ou como queiramos chamá-lo – eu ainda não me aventuro a nominar – emergem milhões e milhões de indivíduos que somos você e eu, que temos capacidade simbólica para gerar conteúdo e que temos capacidade tecnológica para que esses conteúdos tenham um alcance real. A viralização, por exemplo, é uma prova do que estou dizendo. Claro, há outro elemento nesse contexto. Creio que vivemos na sociedade da visibilidade. O filósofo coreano Byung-Chul Han fala de a equação da imagem. Eu creio que efetivamente não só vivemos na sociedade da visibilidade, em que a imagem atua coativamente, mas na sociedade da vaidade. Por quê? Porque todos querem ser vistos. Instituições de todos os tipos, políticas e econômicas, de todo tipo. Todos querem se fazer visíveis no ciberespaço. Os meios de comunicação querem se fazer visíveis no ciberespaço, porque nisso consiste seu negócio, mas milhões e milhões de indivíduos também querem. Penso que há um combate, a luta pela atenção. Claro, eu quero ser visto, você quer ser visto, todos querem ser vistos. Como chamar a atenção? E eu creio que uma das maneiras para se chamar a atenção é com conteúdos extremos.

Creio, por exemplo, que uma análise da cobertura informativa do trágico atentado em La Rambla, em Barcelona, mostra-nos como os meios de comunicação, que já conhecem quais são as orientações deontológicas, infringem-nas, transgridem-nas. Portanto, estamos vendo uma séria luta pela atenção e a maneira de chamar a atenção é com conteúdo extremo. Portanto, a proliferação de imagens que vulnaram a dignidade humana, em muitos aspectos. Volto à pergunta inicial: essa chuva desse tipo de imagem nos conscientiza (sensibiliza) ou nos imuniza? Eu creio que nos imuniza, nos torna insensíveis.

EJM - Por isso um olhar mais pessimista?

CARLOS RUIZ CABALLERO - Penso que sim. Porque necessitamos de uma ecologia da imagem. Para meus estudantes digo: há determinadas imagens duras, preciso publicar? Quando? Quando a informação seja relevante e quando não exista outro meio para denunciar o fato. Voltamos ao exemplo de Aylan. Era imprescindível? Não. O *The New York Times* publicou a notícia de Aylan? Sim. Informou, sim. Publicou a foto? Não. Era imprescindível a foto? Não.

Temos assistido, por exemplo, aos vídeo-cidadãos, por assim chamar. A grande maioria dos diários digitais se nutre de conteúdos gerados pela audiência e pelo público. Recordo um que mostrava como a polícia disparava contra outro cidadão dos EUA. O policial dos EUA para o carro, o homem sai correndo, mas não

vai armado, e o policial mata, disparando pelas costas. Essa imagem tem que ser mostrada? Com certeza, porque não há outra maneira de demonstrar o fato e tem relevância. Mas assistimos a essa chuva incessante de imagens que, na maioria das vezes, vulneram a dignidade humana e eram prescindíveis. Se eram prescindíveis, por que se publica? Para ganhar a luta pela atenção.

EJM - O aproveitamento de manifestações do público – visitas, compartilhamentos, likes – é também uma forma de busca pela audiência?

CARLOS RUIZ CABALLERO - Creio que sim, mas não só servindo a vontade da audiência. Claro, o problema dos meios de comunicação digitais é que ainda não sabem como fazer negócios. Eu creio que o *New York Times*, sempre o NYT, está conseguindo. E a saída passa por pagar pela informação.

EJM - Há mais gente pagando?

CARLOS RUIZ CABALLERO - Penso que a opção de pagar ainda é minoritária. Há múltiplas fórmulas. Deixam ver dez artigos ou dez notícias, depois você paga. Deixam um mês para que olhe, você paga parte de um conteúdo ou todo. Na Espanha, um diário digital que seja absolutamente pago não prospera. Por isso eu creio que é muito importante que a imprensa, apesar de todas as dificuldades de encontrar um modelo de negócio, não se esqueça de uma questão essencial: que é imprensa [rs]. Nikita Krushev disse, de uma maneira cínica, a um jornalista que o entrevistava: “essa imprensa soviética é muito chata”. Ele cinicamente o respondeu: “sim, falta vitamina I, falta informação”.

Quando um diário independente traz informação relevante, de interesse público, é visitado e é comprado. Eu não tenho nenhuma dúvida. Eu digo aos meus estudantes: querem vender “diário”, produzam boa informação.

EJM - Fala-se em jornalismo antiético. Jornalismo não subentende ética? É possível um jornalismo sem ética?

CARLOS RUIZ CABALLERO - Não. Simplesmente porque não podemos esquecer, goste ou não goste, da democracia liberal. Não há nenhuma dúvida que no século XVIII, primeiro nos EUA, depois na França, e progressivamente em outros países, os “país constitucionais” - desgraçadamente não havia “mães constitucionais” - tinham muito claro que a imprensa é o coração da democracia. Todo o sistema montado nos EUA, por exemplo, toda a estrutura política, a arquitetura política da democracia se construiu com um objetivo essencial: evitar a tirania. Essa era a maneira de evitar o poder absoluto, que é controlar qualquer tipo de poder. Portanto, a função política e moral da imprensa é controlar os outros poderes. O que acontece é que historicamente temos um problema.

Eu estou de acordo com esse conceito, mas não nos esqueçamos de uma coisa: a própria imprensa se converteu em um poder fora de controle. A pergunta é: quem é o contra poder da imprensa? O contra poder da imprensa deveria ser os leitores, mas os leitores são filhos da democracia que habitam ou a democracia que habitam é produto de seus cidadãos? Aos cidadãos interessa se encontrar todos os dias com ideias diferentes das suas? Esta é a essência da liberdade de expressão. Isso fica muito claro na concepção da democracia. Se não há pluralismo, não há democracia.

Falo agora do contexto espanhol que é o que mais conheço. Aqui temos uma gra-

víssima falta de pluralismo, de ideias diferentes. Portanto, volto à pergunta: por esse vínculo ontológico entre imprensa e democracia o jornalismo, necessariamente, deve ser ético? Porque ademais, na maioria dos contextos constitucionais das sociedades democráticas, o jornalismo tem constitucionalmente um compromisso com a verdade. Eu sei que são maus tempos para falar de verdade. Que há evidentemente dificuldades epistemológicas, muitas vezes, para alcançar a verdade, mas o que se exige do jornalista e dos meios de comunicação não é essa exigência epistemológica de encontrar a verdade. Eu não posso exigir do jornalista que traga o impossível. Pode-se exigir que tenha uma atitude diligente em busca da verdade.

EJM - Quais são os aspectos que, para o senhor, definem essa ética do jornalismo?

CARLOS RUIZ CABALLERO - Eu creio que há três princípios éticos básicos. Eu estou de acordo com Platão que se irritava quando dizia que havia demasiadas normas. O primeiro princípio é a verdade. O segundo princípio é o respeito à dignidade humana. O terceiro é a autenticidade. E o que significa? Esse é um princípio que provem da publicidade. Por que eu aplico ao jornalismo? A informação deve ser informação e não 'publireportagem' mascarada. Não a favor de algo, não solicitado.

EJM - Em uma entrevista, em 2014, o senhor disse que o jornalismo está doente. Sofre de uma crise de confiança, de legitimidade, e que a vitamina seria boa informação. O que nos espera nesse campo aberto das redes? O senhor é otimista?

CARLOS RUIZ CABALLERO - Sou otimista. Farei um preâmbulo e marco para não esquecer [20 segundos de silêncio, escreve umas palavras numa folha]. Eu creio que nós somos conscientes que uma das grandes mudanças da impressionante revolução tecnológica da informação é que se está produzindo um deslocamento do poder simbólico. O que isso significa? O poder simbólico é uma forma de exercer o poder. Por exemplo, quem tem tido este poder simbólico historicamente? Instituições de poder político, instituições de poder econômico e os meios de comunicação. De fato, nas democracias liberais, o poder político aprendeu que para se legitimar tem que chegar a algum tipo de acordo com os meios de comunicação. Às vezes, esse tipo de acordo resulta em cumplicidade midiática com o poder.

EJM - Isso desde quando? Desde sempre?

CARLOS RUIZ CABALLERO - Eu creio que pode ser... Desde sempre. Claro, não creio que em qualquer tempo passado. Há uma obra de teatro do final do século XIX, de Henrik Ibsen, *El enemigo del Pueblo*, em que captura o que foi o século XIX. Há outra novela de Balzac, *Las Ilusiones Perdidas*, em que um jovem de província, poeta, quer ganhar a vida e vai a Paris e dedica-se ao jornalismo; faz uma descrição crua do que é o jornalismo. Estas obras retratam bem esta cumplicidade com o poder.

Primeiro, esse deslocamento simbólico está transformando o indivíduo. Como te disse antes, temos capacidade de gerar conteúdo e que esse conteúdo tenha alcance, mas não temos refletido sobre o alcance, o que isso vai provocar em nossa sociedade. Uma perda de hegemonia do poder simbólico das instituições que tradicionalmente possui e uma transformação em você e em mim.

Penso que o que está acontecendo no espaço midiático digital é que o indivíduo está

bêbado de si mesmo! É como dar um caramelo a um menino de 14 anos e ele dispara. Se a imprensa significou uma nova revolução, no que se refere à capacidade de interpretação do indivíduo, que pode interpretar um texto sem o controle do guardião do significado, de dogma, isso cresceu exponencialmente. Mas esse fenômeno contemporâneo não só afeta a interpretação, mas também a geração de conteúdo. Esse é o contexto desta nova revolução e é nesse contexto que você me pergunta: é otimista no que se refere às possibilidades do jornalismo? Creio que sim, porque não temos que esquecer que agora quatro estudantes de jornalismo, se quiserem, podem montar um modesto diário digital. Na Espanha, temos experiências interessantes que temos que observar. Falo por exemplo do *diario.es* e *infolivre.es*, porque buscam um modelo de negócio sem renunciar, teoricamente, ao jornalismo. Como é o modelo? Através dos leitores. Os leitores financiam o projeto. Por quê? Porque querem boa informação que, em princípio, não dependa nem do poder político nem de poder econômico. No momento, do ponto de vista de possibilidade, creio que a internet abriu possibilidades. Difícil, mas abre outro tipo de relação entre imprensa e cidadão. Mas há uma questão essencial. Em nossa sociedade quantos querem informação? Quantos indivíduos estão dispostos a pagar de alguma maneira por boa informação? Sabemos que os indivíduos pagam para uma *caña* [copo de vinho ou cerveja], pagam para fumar, mas estão dispostos a pagar por uma informação independente? Ou querem seguir massageando-se com a informação que pensa como ele mesmo? Eu penso que é um dos principais desafios da sociedade democrática. Porque parece que o cidadão prefere entreter-se. Em todo caso, quando ficam diante da informação ao vivo ou não, entram na página de um diário, ou no Facebook, e enviam um link ou uma notícia, dão uma olhada superficialmente na informação, não se aprofundam. Com esse ligeiro contato da maioria da população com a informação, pode-se tomar decisões políticas? Claro que pode, a democracia permite. Isso explica o rumo errático de nossa sociedade? É possível. Explica esse deslocamento do poder simbólico, esse novo espaço midiático, essa confusão, essa embriaguez, explica Trump, explica o Brexit (movimento de saída do Reino Unido da União Europeia) e outros fenômenos? Creio que contribui. De toda forma, eu acho que temos que ser pacientes porque a tecnologia nos modifica, mas as mudanças que as tecnologias intelectuais produzem em uma sociedade tarda para serem vistas. Podemos dizer que nós vimos o efeito da tipografia de Gutenberg dois séculos depois. O que também é uma visão otimista. Quando vamos sentir o efeito dessa enorme revolução? Creio que é mais importante, sem dúvida, que a revolução da impressão.

EJM - Falando sobre o jornalista profissional, que sai da universidade, por exemplo, não do cidadão que produz conteúdo. Esses jornalistas precisam refletir sobre essas questões éticas e a omissão deles dificulta o combate à falsa informação que circula?

CARLOS RUIZ CABALLERO - Creio que a maioria dos estudantes tem consciência ética. Isso me preocupa. Enganam-me os estudantes de minha sala? Creio que não. Eles têm preocupação pelas consequências, pelo que eles fazem e podem produzir na sociedade. Penso que o problema é de estrutura empresarial. Porque os estudantes, os jovens jornalistas, entram em um meio de comunicação que não considera que a informação é um direito fundamental do cidadão, mas uma mercadoria. O estudante chega como um jovem profissional na empresa e diz: “oh, a informação é muito importante”, “a constituição diz que tenho uma obrigação com a verdade”, “o professor diz que tenho que respeitar a dignidade”, mas chega na empresa e ela não compartilha desses ideais. São valores obtidos pela sua prática. Sei que se utiliza em seu discurso para legitimar-se, para buscar subvenções, para buscar o que seja. Mas

no interior dos meios de comunicação não há liberdade de expressão. O jornalista não tem liberdade para fazer o que tem que fazer. No livro *Libertad de Palabra*, de Timothy Garton Ash (Tusquets Editores, 2016), que trata da liberdade de expressão, há uma ideia que me parece muito interessante. Se falamos em nossa sociedade democrática de liberdade de expressão, temos que afirmar que está garantido pela constituição, pelo ordenamento jurídico, mas Garton Ash fala de outra liberdade inerente e que é mais difícil. Ele diz: “É tão importante a liberdade de expressão como a liberdade depois da expressão”. Eu tenho liberdade para dizer ao diretor do meu diário que é imoral publicar um documento falso. Mas quem me protege depois? Creio que o jornalista necessita de coragem e isso nos levaria a repensar a função das associações de imprensa, tal como funcionou tradicionalmente. Ainda que haja crítica geral, podemos falar de casos particulares. As associações têm funcionado mais como defesa corporativa da profissão e não do jornalista diante da empresa de jornalismo. Nos encontramos num paradoxo enorme em nossa sociedade de democracia liberal. O jornalista, que exercita legitimamente a liberdade de pensamento e de expressão da sociedade não tem liberdade em seu meio de comunicação para fazer isso. Outro paradoxo: em uma sociedade democrática onde está proibida a censura, a não ser que seja por uma autoridade judiciária em casos motivados, há censura interna nos meios de comunicação. Eu combato o conceito de autocensura porque parece perigoso, parece culpa do jornalista. Mas eu também digo aos meus estudantes: isso, eu descrevo, isso é assim, mas isso não é desculpa para o jornalista. “Então vão me colocar na rua”. Ou vai para rua ou convive com sua consciência. Porque se eu admito que a empresa é muito maior e que o pobre jornalista tem que comungar, por essas atuações, que transgridem a ética, eu não posso fazer uma crítica moral a um político corrupto. Nem ao policial corrupto, nem ao juiz, porque encontraria uma série de argumentos para justificar.

EJM - Em um dos seus textos, o senhor diz que não é preciso criar uma ética específica para o ciberjornalismo e, sim, situar a ética no jornalismo do ciberespaço. Estamos fazendo isso?

CARLOS RUIZ CABALLERO - Não, há gente que é especialista em criar neologismos e gosta de criar éticas novas. Eu creio que os princípios morais da identidade não têm mudado, desde que temos consciência da própria humanidade. Eu creio que são os mesmos. O que surge nas mudanças, mudanças que estão aparecendo agora com as novas tecnologias, são novas formas de aparição dos problemas. Porque, às vezes, creio que a deontologia é um reducionismo da ética. Um dos maiores problemas do jornalismo hoje em dia é que não encontramos os códigos deontológicos como resposta. Para mim, é uma questão fundamental. O ritmo acelerado da instantaneidade não está compatível com o pensamento e a reflexão? Eu creio que não. Mas é possível contrastar, refletir sobre todas as informações que se produz “na velocidade da luz”. Então, deveria ser uma reivindicação ética de primeira ordem. Há um diário... Agora não recordo, um diário anglo-saxônico digital³ que decidiu voltar ao periódico. E por isso decidiu que só haveria três trocas do conteúdo digital ao dia. Fez um estudo, viu quando os leitores buscavam em maior número ao diário e se acabou a loucura. Voltou ao periódico. Periódico significa periodicidade. Por isso te digo que há novas formas de aparição, novas ameaças contra esses princípios morais; por isso eu acredito que não temos que criar novos princípios. Às vezes, a deontologia não se fixa ao problema essencial que é a aceleração.

³The Guardian – acesso à notícia em: <https://www.theguardian.com/media/2016/mar/30/times-rolling-editions-website-sunday-times-apps>

EJM - Mas o senhor acha que é preciso seguir a deontologia? Mesmo com todos os problemas que ela tem?

CARLOS RUIZ CABALLERO - Claro, estou de acordo com a deontologia. Eu sou membro do Conselho de Informação da Catalunha, que é o órgão que cuida do cumprimento do Código Deontológico do Colégio de Jornalistas da Catalunha e atendemos queixas e solucionamos. Penso que é um requisito indispensável, mas não suficiente para garantir uma comunicação moral. Por quê? Aqui também está intervindo o cidadão. Qual seria o ideal, voltando àquela ideia de que criamos um poder da imprensa que deveria vigiar o resto dos poderes, mas quem vigia a imprensa? Eu penso que deveriam ser os leitores. Em uma sociedade de ideais, e estamos longe, os leitores deveriam questionar quando os jornais publicam uma informação não fundamentada. A tecnologia dispõe agora de mecanismos de comunicação ideais para que os leitores critiquem as informações, profundamente, as informações dos diários. Isso melhoraria a qualidade dos diários. Mas se você analisa diários digitais, quantos estabeleceram pontes de comunicação para entender de *contrapoder*, para que o leitor atue como *contrapoder* na imprensa?

EJM - A credibilidade, a exatidão e a arbitrariedade têm a ver com a rapidez somente ou há falta de compromisso?

CARLOS RUIZ CABALLERO - Creio que quem considera que a atualização é um valor jornalístico, equivoca-se. Eu creio que a confiança não se adquire com a atualização, com o mais rápido, mas com quem informa melhor. Eu creio que a confiança tem a ver com um conceito grego que gosto muito, que é o *parresia*, sobretudo na escola “cênica” que significa dizer tudo, dizer o que pensa. Isso implica que não pode haver uma distância, ou que essa seja a mínima possível, entre o que se diz e o que se faz, entre o que se vê e o que se diz. De quem desconfiamos? Daquele que apresenta uma grande diferença entre o que diz e o que faz. Se a imprensa quer adquirir a confiança deve exercer a *parresia*. Que não haja distância entre o que diz e o que faz. Quer ganhar confiança, entregue boa informação, independente. Para mim, um exemplo que interessou muito, já que vivemos na Catalunha em um contexto de independência, foi o referendo na Escócia. A BBC foi criticada tanto pelos partidários da independência da Escócia quanto pelos unionistas. Então disse: “magnífico, perfeito”.

EJM - Para nós jornalistas há um medo por causa dos novos modelos de negócio, não sabemos onde vai dar...

CARLOS RUIZ CABALLERO - Creio que a juventude, de maneira geral, não só os jornalistas, os futuros médicos, os futuros farmacêuticos, engenheiros, vivem em uma mudança de mundo que é desconcertante. Precisamos aprender a viver com o desconcerto. O que não podemos fazer é interiorizar o discurso neoliberal. Eu me revolto quando vejo o estudante no pátio fumando um cigarro e dizendo: “Bom é que não há nada o que fazer”. Como não há nada o que fazer? Se nossos antepassados neandertais tivessem dito que não havia nada o que fazer nós continuaríamos habitando as cavernas. Aristóteles definiu a política como saber que trata do que pode ser de outra maneira. Porque depende da vontade humana. Aceitar determinados discursos implica que há um universo fixo imutável, e o universo humano, social e político se pode mover. Há que movê-lo com cuidado, porque a história mostra que se pode destruir paredes e pode levar ao sofrimento humano. Mas sem dúvida

alguma, as coisas podem ser de outra maneira porque dependem da vontade. Isso é aplicável ao jornalista, ao notário, ao juiz, ao procurador, ao encanador e a todos os seres humanos. Eu penso que essa época de desconcerto tem feito que triunfe um relato que nos quer convencer que as coisas não podem ser de outra maneira.