

Da virtude à estratégia: os conflitos morais em *A Grande Família*

Clóvis de Barros Filho

Professor de Ética da ECA-USP

Pesquisador do Núcleo de Comunicação e Consumo da ESPM

E-mail: charros@usp.br

Arthur Meucci

Pesquisador-assistente do Núcleo de Comunicação e Consumo da ESPM

Pesquisador do Espaço Ética em ética e estética

E-mail:meucci@usp.br

A produção científica realizada pelo campo da comunicação enfoca, entre muitos outros temas, as relações entre os meios e a sociedade onde atuam. Os distintos veículos são apresentados como causas de comportamentos, crenças, discussões e decisões políticas. Assim, um primeiro grupo de pesquisadores, a partir de um produto da mídia, aponta supostos efeitos nas relações sociais. Já outros, além de observar efeitos, investigam seus profissionais, os processos de produção, as estratégias, relações de concorrência¹. Identificam, em suma, a existência de espaços sociais relativamente autônomos. Constatam que nesses espaços, campos particulares, seus agentes praticam um jogo só deles, respeitam regras específicas, almejando troféus cujo valor é apenas por eles compartilhado.

Finalmente, um terceiro grupo pesquisa os usos sociais que os consumidores da mídia fazem dos seus produtos. Identificam as gratificações a que satisfazem e que prazeres proporcionam. O objetivo primeiro, nesse caso, já não é apontar efeitos na sociedade nem lógicas de produção, mas propor um porquê às escolhas do telespectador. Determinar quais mensagens, na oferta dos meios, ensinarão, mais ou menos diretamente, afetos positivos, na expectativa deste ou daquele receptor.

Propomos, neste artigo, uma análise sobre televisão. Situamo-nos no primeiro grupo de preocupações, isto é, dos efeitos sociais da mídia televisiva. Nesse grupo, as pesquisas, posteriormente sistematizadas pelos manuais, apontam para distintos tipos de efeitos. Ora categorizados pelo intervalo de tempo entre o momento da recepção e o efeito social produzido (efeitos a curto, médio e longo prazos), ora pela maior ou menor consciência do receptor da causa midiática de seu comportamento. Assim, constata-se, desde o início da década de 1970,² que a televisão – com sua pauta – participa da definição de

1. Ver: GOMES, W. Transformações da política na era da comunicação. São Paulo: Paulus, 2004.

2. McCOMBS, M.; SHAW, A. The Agenda Setting Function of Mass Media (A agenda setting function dos mass media). Public Opinion Quarterly, n. 36, p. 176-187, 1972.

uma agenda pública de discussão (*agenda setting*)³. No entanto, mesmo no Brasil, outros temas vêm merecendo a atenção dos pesquisadores, como os associados à produção ficcional e publicitária⁴.

A esse agendamento de temas flagrado pela ciência, soma-se uma investigação sobre a participação da TV na construção da chamada opinião pública. Aqui a ciência se interessa menos sobre o tema que a sociedade discute e mais sobre que opinião diz ter a seu respeito. A hipótese, quase sempre comprovada por bem ou por mal, é que a TV seria instância privilegiada de definição da opinião legítima, a “boa opinião”. Assim, ante qualquer ocorrência, que em si mesma nada vale e nada significa, os meios televisivos, funcionalmente encarregados de relatar o que aconteceu, produzem mensagens que revestem o real de valores dificilmente contestáveis.

Assim, por exemplo, o presidente Lula pode ser exibido em reunião de ministros por um telediário qualquer. As imagens de seus gestos são apresentadas como a própria realidade. Busca-se a máxima objetividade possível. Mas nem toda a reunião é exibida. Nos poucos segundos da reportagem, a cena representativa de todo o evento pode flagrar gestos de determinação e autoridade, mas também de resignação, enfado ou desinteresse. Todas mostram o presidente, produzindo, no entanto, efeitos opostos⁵.

Finalmente, a TV, quando assistida ritualizadamente, suscita a incorporação de referenciais simbólicos que lhe são próprios. Sentidos associados e inculcados que garantem a seus receptores um instrumental interpretativo da realidade que percebem. *Cultivator*⁶, dizem os americanos. Aculturação, traduzimos nós. Pela mídia. Um efeito a longo prazo, sem a menor consciência dos telespectadores. Fonte de um repertório que nos indica diariamente o que as coisas querem dizer e a importância que têm. Um universo simbólico constituído por uma verdadeira rede de sentidos e de valores. Dentre esses, interessam-nos os morais. A argumentação sobre o conveniente, o justo, o virtuoso, o honesto.

Mas as coisas do mundo não têm valor nelas mesmas, como também as ações humanas. O real é apenas matéria bruta indiferente, corpos em interação. Causas e efeitos ininterruptos. É o homem, portanto, que atribui a ele próprio e ao outro o título de justo ou injusto, de bom ou mau.

Mas e o valor? Também existe. Se não está nas coisas valoradas, nas ações, é-lhes atribuído por quem os contempla. O valor é sempre outorgado por uma subjetividade, um juízo atribuído por quem age e pondera.

Não é outra a atividade moral senão a de emitir um juízo sobre si mesmo⁷. Atividade de atribuir valor a ações, às próprias ações. E quanto à reflexão sobre o outro e sua práxis? Simples moralismo. Moral é valor dado àquelas ações que poderiam ter sido outras. Livremente ponderadas, deliberadas sem coação. Como se estivessemos invisíveis, portadores do anel platônico de Gíges.

Mas qual o critério para o bom agir? Valorar ações exige modelos, padrões ideais. Prescrições – para os renascentistas – externas ao que se valora. Fôssemos nós e a natureza, não poderia ser outro esse critério senão o resultado do encontro de seus elementos. Atração ou repulsão. O mundo que nos faz bem

3. HOSCHFELDT, A. et al. Teorias da comunicação. Petrópolis: Vozes, 2001; e BARROS FILHO, C. Ética na comunicação. São Paulo, Summus, 2003. p. 181-196.

4. BARROS FILHO, C. A publicidade como suporte pedagógico para a discussão de temas transversais: o caso da Sukita. Revista da Famesoc, Porto Alegre, 2001.

5. Ver: BARROS FILHO, C.; ISSLER, B. Entre adhesion et autonomie: la fin de l'ère Cardoso dans le médias (Entre a adesão e a autonomia: o fim da era Cardoso nas mídias). Hermès, n. 35, p. 253-260, 2003.

6. Ver: GERBNER, G. Toward “Cultural Indicators”: The Analysis of Mass Mediated public Message Systems (Sobre os “indicadores culturais”: a análise das mediações de massa dos sistemas públicos de mensagem). The Analysis of Communication Content. New York: John Wiley & Sons, 1969. p. 125-126.

7. Ver: BORGES, M. et al. Ética. Rio de Janeiro: DP&A, 2002. p. 34ss.

seria necessariamente bom e o que nos agride, ruim. Primeiro, o efeito, o mundo interpretado pelo corpo, o afeto, em suma. Depois, a atribuição discursiva de um valor. Simplicidade do natural.

Mas não vivemos sós na natureza. Somos seres socializados. Organizamo-nos em grupos. No entanto, o mundo que nos afeta de uma forma, afeta diferentemente aqueles que conosco coabitam. Por isso lhe atribuem outros valores. A singularidade de mundos percebidos determina singularidade de valores.

Mas, se assim fosse, nenhuma civilização subsistiria. Sem alguma harmonia sobre o sentido e o valor das coisas, a convivência degeneraria. Desejos em conflito se exacerbariam, como no estupro: hediondo para quem o sofre, prazeroso para quem o pratica. Por isso, qualquer vida civil pressupõe algum valor intersubjetivo, a ser compartilhado por todos, aprendido e reproduzido. E toda heresia, veiedade ou saudosismo do desejo, a ser punida em sua proteção em nome da lei e dos bons costumes.

Valores e sentidos instituídos, o mais perenemente possível. Na evidência do que vale pelo que é. Se valores singulares advêm de afetos singulares, qualquer padronização pressupõe prevalência de uns e tristeza de outros. Poder e dominação.

“Um dos traços fundamentais da ideologia consiste, justamente, em tornar as idéias como independentes da realidade histórica social, quando na verdade é essa realidade que torna compreensíveis as idéias elaboradas e a capacidade que elas possuem para explicar a realidade que as provocou”⁸.

Essência da luta social: pela definição definitiva e interessada de quanto as coisas valem. Quanto se deve acreditar que as coisas valem. Luta pelo valor social das coisas, em proveito do vitorioso e do desejo que triunfa. Luta em detrimento dos derrotados. Matéria-prima para recalques. Como bem observa Gerbner: “Ao longo da história, toda vez que uma classe dominante estabeleceu suas leis, uma função primária de seus meios culturais tem sido a legitimação e manutenção de sua autoridade. Sempre os contos populares e outros dramas tradicionais têm reforçado a autoridade estabelecida, ensinando que, quando as regras da sociedade são quebradas, a punição recai sobre os violadores”⁹.

Luta pela manutenção da ordem social, com resultado previsível. Luta pela continuidade da luta, do jogo que a enquadra. Pelo direito de continuar jogando. Por isso, da luta à dominação, que, quando eficaz, nunca é percebida como tal. Jogo que requer a aquiescência de dominantes e dominados que compartilham os mesmos valores e as mesmas representações de mundo ideal. Obviedade do evidente. Evidência do óbvio. Jogo que se legitima por exclusão e falta de contraste, por hegemonia tendencial, por marginalidade dos alternativos. Por isso, “aqueles que aceitam de modo imediato a ideologia dominante como estrutura objetiva do discurso ‘racional’ e ‘erudito’ rejeitam como ilegítimas todas as tentativas de identificar os pressupostos ocultos e os valores implícitos com que está comprometida a ordem dominante”¹⁰.

Para que valores e sentidos possam ser compartilhados, são aprendidos e incorporados em instâncias de socialização também compartilhadas. Família e escola, mais tradicionalmente, e televisão, mais concretamente. E para uma

8. CHAUI, M. O que é ideologia? São Paulo: Brasiliense, 2004. p. 13.

9. GERBNER, G. O mundo assustado daqueles que assistem muito à TV. Revista da ESPM, v. 8, n. 1, p. 17, jan./fev. 2001.

10. EAGLETON, T. Ideologia: uma introdução. São Paulo: Brasiliense, 2004. p. 58.

eficácia máxima, *A Grande Família*¹¹, apresentada semanalmente em formato diversional, será nosso objeto.

Tal seriado apresenta, mais do que qualquer outro programa do gênero, cenas do cotidiano de um núcleo familiar. A tônica dos episódios é de grande trivialidade – adequados a argumentos morais que almejam a evidência: relações de trabalho, relações entre os membros da família, relações de vizinhança.

Em todos os episódios pesquisados – 14 deles constituem o *corpus* de nossa investigação ao longo de 2004 –, o mote central da trama apresenta uma discussão em torno da conduta de uma das personagens, criticada por alguma outra ou mesmo por todas as outras. Nesse sentido, a *Grande Família* é um laboratório privilegiado de análise de decisões morais e de seus principais argumentos.

O *corpus* analisado denuncia tendências na fundamentação moral deste ou daquele comportamento. Essas tendências contribuem decisivamente para a caracterização das personagens da trama. Por isso, repetem, episódio a episódio, a mesma lógica argumentativa. Variam a cada quinta-feira as situações concretas de ação em torno das quais estes fundamentos serão apresentados. Assim, como observa Gerbner: “Ao contrário do mundo real, onde as personalidades são complexas, os motivos não muito claros e os resultados ambíguos, a televisão apresenta um mundo de clareza e simplicidade. Programa após programa, recompensas e punições ocorrem rápida e logicamente. Crises e problemas são resolvidos, a justiça ou pelo menos a autoridade sempre triunfa”¹².

Cenas desses episódios foram apresentadas aos participantes de três seções de grupo focal realizadas no Espaço Ética[®]. (Trata-se de um instituto de ensino e pesquisa, o qual investiga nos meios de comunicação as causas e conseqüências éticas de sua produção. Fundado em 2003, reúne alunos da ECA-USP, ESPM e Cásper Líbero, e outros universitários e formados interessados em uma formação complementar, ou em pesquisa.) Esses debatedores foram convidados a se manifestar sobre as cenas assistidas, ignorando o foco moral de nossas inquietações.

As duas vertentes do discurso de caráter moral observadas em *A Grande Família* por nossos entrevistados são: de um lado, a ética de princípios privilegiadamente presente nos discursos de Lineu; de outro, a ética utilitarista e egoísta defendida por Agostinho. É sempre válido lembrar que, ao contrário do senso comum, tanto a ética de princípios como a utilitarista, entre outros modelos, não são de todo divergentes. Ambas partem do programa racionalista, e por isto interagem entre si. Escolha racional das ações. Finalidades que divergem. Racionalidade que as une¹³.

Dessa forma, na primeira parte deste artigo, analisamos a construção moral da personagem Lineu e sua representação junto a nossos entrevistados (I). Na segunda parte, o mesmo procedimento aplica-se a Agostinho (II).

I – LINEU: O SANITARISTA VIRTUOSO

Lineu é o chefe da família. Patriarca. Seu provedor maior e regular. Veterinário de formação. Sanitarista de ofício. Autoridade do Estado. Fiscal de higiene, de limpeza, de procedimentos.

11. *A Grande Família* é marca registrada da TV Globo – Ltda., Copyright 1973. Seriado exibido quase sempre às quintas-feiras, por volta das 22 horas.

12. GERBNER, G., op. cit., p. 15.

13. Sobre o tema, ver: CHIAPPIN, J. R. N. Racionalidade, decisão, solução de problemas e o programa racionalista. *Ciência & Filosofia*, São Paulo, n. 5, p. 155-219, 1996.

A seqüência de episódios de *A Grande Família* o apresenta em ação: em relação com outras personagens da trama; em discurso. Essas ações permitem uma definição de Lineu. Uma identificação das suas singularidades. A construção de uma identidade, portanto.

O discurso identitário de Lineu não se define no isolamento das suas ações e discursos, mas sim na intersubjetividade. Pelo contraste com comportamentos e discursos dos demais membros da família. Pelo que estes falam dele, esperam dele¹⁴.

Também participa da construção da identidade de Lineu o que fala sobre ele, sobre seus critérios morais, sobre sua conduta em contraste com a conduta dos demais, com seu julgamento dos outros. Falar sobre a existência implica, mais ou menos explicitamente, valorá-la. Apresentar alguns critérios em função dos quais se delibera sobre seus esquemas de ação. Nesse sentido, o discurso moral é matéria-prima da definição que oferecemos de nós mesmos, do nosso discurso identitário. Pelo discurso moral, portanto, Lineu apresenta sua singularidade.

Lineu é um moralista. Julga a ação de terceiros. Um juiz da alteridade. Como somos todos. “Mas Lineu, em especial” (Daniela Damiani, produtora de vídeo da Rede Globo). Assim sentenciam os membros do nosso grupo focal: “Esse cara tá sempre criticando” (Julieta Marques, empregada doméstica); “Sua postura é de condenação” (Fernanda Belizário, aluna de Ciências Sociais da USP). Higiene do corpo, higiene da alma. Coerência do sanitarista. Então, Lineu observa, adverte e denuncia. Pela ponderação. Pela adequação de qualquer ação a seus critérios: “Agostinho, a cabeça não é só para separar as orelhas”; “Definitivamente, nesta família eu tenho que pensar por todos”; “Aqui, eu fico matutando como conseguir enquanto todo mundo só pensa em se divertir”.

O uso da razão, para Lineu, deslegitima uma vida de prazeres. “Se tivéssemos nascido só para os prazeres, poderíamos ser como o gato do Beizola. Mas, pra nós, tudo é mais difícil” (discurso que dá seqüência ao comentário de Agostinho sobre “ninguém ser de ferro”, no que diz respeito à monogamia)¹⁵.

Ora, não é outra a proposta kantiana. Nesta, a ética de princípios de Lineu ganha em precisão filosófica: “Na constituição natural de um ser organizado para a vida, admitimos, por princípio, que nele não haja nenhum órgão destinado à realização de um fim que não seja o mais adequado e adaptado a este fim. Ora, se num ser dotado de razão e de vontade a natureza tivesse por finalidade última sua conservação, seu bem-estar ou, em uma palavra, sua felicidade, ela teria se equivocado ao escolher a razão para alcançá-la. Isto porque, todas as ações que este ser deverá realizar nesse sentido, bem como a regra completa de sua conduta, ser-lhe-iam indicadas com muito maior precisão pelo instinto”¹⁶.

Para os membros do grupo focal, “podemos nos perguntar para que serve a razão no seu uso prático” (Fernanda Belizário); “Se a natureza quisesse que o homem se satisfizesse com momentos de prazer, se esta satisfação física fosse a destinação natural para o homem, ela nunca teria provido o homem de razão,

14. Ver: LADRIÈRE, J. *Pour une sociologie de l'éthique* (Por uma sociologia da ética). Paris: PUF, 2001. p. 285-286.

15. Episódio “Um Táxi Chamado Desejo”, exibido em 6/5/2004.

16. KANT, I. *Fondements de la métaphysique des mœurs* (Fundamentos da metafísica dos costumes). Paris: Ellipses Édition, 2000. p. 7.

mas apenas de instinto, perfeitamente adaptado a este fim” (Daniela Damiati); “Os animais, como o gato do beijola, estão perfeitamente adaptados para a vida em natureza” (José Martins, dono da padaria Aracaju); “A natureza nos fez pra pensar. Não pode esperar de nós uma vida só buscando sexo e prazeres” (Julieta Marques).

Para Lineu, paixões, impulsos e pulsões devem sempre ser subjugados, ou quase sempre. Por isso a condenação do consumo: “Nenê, você não pode comprar tudo o que vê”; “Agostinho sempre vai gastar mais do que tem”; “Minha filha, você não pode continuar comprando sem parar”; “De agora em diante, só gastaremos com o que é estritamente necessário”¹⁷. Para nossos entrevistados: “Lineu sempre mostra que comprar é uma futilidade” (Felipe Lopes, filósofo e publicitário); “Para Lineu importam mais as ações do que as coisas que temos” (Luís Peres, RP formado pela ECA-USP e pós-graduado pela Universidade Autônoma de Barcelona); “Numa família completamente fútil, Lineu procura relativizar a importância dos bens materiais” (Felipe Mello, publicitário e aluno de História da USP).

Imputam-se ao discurso de Lineu a sobriedade e a austeridade, bem como a coerência prática nos distintos territórios de atuação. Discurso que encontra fundamento em uma moral de princípios, aplicável a qualquer preço, em qualquer tempo e lugar. Uma moral categórica.

A essa última denominamos ética de fins. Nela, o homem caminha gradualmente para tomar atitudes segundo as disposições morais que ele próprio concebe, segundo a *máxima universal*, cujos imperativos substituem as coações do Estado. Ética da boa vontade, portanto. Com a ressalva de que não devemos compreendê-la como um móvel, uma predisposição subjetiva arbitrária, ou ainda um sentimento que usa o prazer para produzir o fazer.

A máxima universal é o processo pelo qual a razão submete o caso de uma provável ação para análise. Para determinar se uma ação é moralmente válida ou não, deve-se estender seu limite a toda a humanidade. A ética do dever discrimina as condutas certas das erradas moralmente, a partir de um imperativo cuja aplicação independe de singularidades. Uma aplicação categórica, portanto. “Eu já disse, Nenê. Farei o que tiver que ser feito. Não me importa se a dona é a sua melhor amiga”¹⁸ (referindo-se ao dever de multar o salão de beleza desta última). A ação é moral se a regra que a autoriza puder ser tomada como regra universal. Se puder ser observada e respeitada por qualquer ser humano, independentemente de onde e quando tenha vivido.

Seria lícito, como propõe Agostinho, servir-se da eletricidade sem pagar por ela? A resposta kantiana de Lineu é: “O que você acha que aconteceria se todos agissem como você?”¹⁹. Nesse sentido manifestam-se os participantes do nosso grupo focal: Belizário pondera que “para Lineu, o que é, é sempre e o que não é, não é nunca”. No mesmo sentido, Damiati afirma que “as ações de Lineu respeitam um código, independentemente das conseqüências que possam produzir”.

Assim, no episódio de Natal²⁰, Lineu, constrangido, pede empréstimo a Beijola para a ceia natalina. Nesse instante, constata que o pasteleiro lava a urna

17. Estas frases são recorrentes, em especial no episódio “O Refúgio do Guerreiro”, exibido em 5/8/2004.

18. Episódio “Niterói 40 Graus”, exibido em 25/11/2004.

19. Episódio “Os Miseráveis”, exibido em 15/7/2004.

20. Episódio “A Morte do Bom Velhinho”, exibido em 23/12/2004.

funerária de sua mãe na pia da pastelaria. As cinzas jazem num prato em cima do balcão, junto a outros alimentos. Agostinho chega mesmo a servir-se delas, pensando tratar-se de farofa. Lineu, movido pelo dever, multa Beíçola, apesar do empréstimo. Gratidão, reconhecimento de um passado alegre não nos autorizam a faltar com outras virtudes, como se fosse um presente justo.

Para nossos entrevistados, trata-se de uma ética de princípios. “Ações pautadas pelo que deve ser, não importando as circunstâncias ou as conseqüências. Essa é a ética de Lineu” (Sérgio Praça, mestre em Ciência Política pela USP e membro vitalício da ONG Voto Consciente). Mas nem sempre o que deve ser é tido como imperativo. Pode-se considerar, no fundamento da moral, a necessidade de quem age. O contexto da ação, seus efeitos e suas finalidades. O que se quer alcançar, em suma, sem critérios independentes, sem *a priori*. Egoísmo ético transvestido de ética utilitarista. Ética de Agostinho.

PARTE II – AGOSTINHO: O TAXISTA UTILITÁRIO

A ética de Agostinho é conseqüencialista, oscilando entre o egoísmo ético e o utilitarismo. Nenhuma ação pode ter seu valor moral atribuído a partir de seu exame isolado²¹. Importa considerar suas conseqüências. Toda ocorrência por ela determinada, que inexistiria sem ela. “Não vem jogar pedra agora. Espera pra ver o que vai acontecer”²² (justifica-se Agostinho a Bebel sobre a compra de um táxi novo por vias escusas).

Em nossa pesquisa de recepção, o conseqüencialismo de Agostinho ensejou intenso debate: Fernanda Belizário, em nosso grupo focal, observa que “Agostinho faz lembrar aquela frase de Maquiavel, que os fins justificam os meios”. Para Julieta Marques, “nada justifica esses comportamentos. Mesmo que depois acabe tudo bem. E se não acabasse?”. Já Luís Peres pondera que “tudo que fazemos leva em conta onde queremos chegar”. Daniela Damiaty aponta que “Agostinho decide de maneira menos hipócrita do que Lineu”. Para ela, “Lineu também age em função de vantagens pessoais como todo mundo. Só que não admite”.

As duas correntes principais do conseqüencialismo são o egoísmo ético e o utilitarismo. Ambas defendem que os seres humanos devem agir de forma tal que produzam boas conseqüências. Para o egoísmo ético, essas conseqüências dizem respeito ao seu próprio benefício. Já para o utilitarismo, a boa ação gera efeitos adequados ao interesse de todos²³. Dessa forma, Agostinho é egoísta quando pondera – calcula para agir, visando ao próprio bem-estar –, mas utilitarista quando se justifica – apresenta publicamente as supostas causas de sua ação, visando ao bem de todos.

A dificuldade maior de toda argumentação conseqüencialista é quanto aos seus limites. Afinal, toda ação produz efeitos que, por sua vez, desencadeiam novos efeitos e assim sucessivamente. Não é fácil justificar até quando temos que esperar efeitos sempre inéditos, adequados ou inadequados, para poder atribuir algum valor à ação.

21. Sobre a posição utilitarista, ver: MILL, J. S. *A lógica das ciências morais*. São Paulo: Iluminuras, 1999. p. 29-31.

22. Episódio “Os Miseráveis”, exibido em 15/7/2004.

23. Ver: LADRIÈRE, P., op. cit., p. 280-287.

Dentre os argumentos egoístas de Agostinho, discriminamos dois tipos:

1^a) Argumentos segundo os quais as ações de todos os membros da família devem convir com seu interesse individual (frequência com que é servido seu prato de preferência, disponibilidade da esposa para o sexo, disponibilidade dos demais membros da família para ajudá-lo a realizar tarefas como lavar o carro, sua própria roupa etc.).

O princípio da utilidade, sistematizado por Betham e Mill, que preside a lógica da argumentação de Agostinho, aprova ou desaprova qualquer ação própria segundo a tendência que tem a aumentar ou diminuir a felicidade da pessoa cujo interesse está em jogo. Nesse sentido, utilidade e felicidade estão em íntima relação. A seqüência de indagações “para quê?” colocadas por Agostinho a Lineu, sobre a utilidade de acordar cedo para trabalhar, para ganhar dinheiro, para poder arcar com as contas da família etc., é reveladora dessa lógica egoísta. Assim, o utilitarismo que caracteriza a argumentação moral do personagem tem forte componente teleológico.

Tal utilitarismo advém da busca natural do prazer e da repulsa diante da pena e da moralidade. Rejeitando toda e qualquer concepção transcendental do bem moral, o utilitarismo filosófico busca enunciar, exclusivamente a partir das necessidades humanas, um critério universal para responder à questão acerca da boa ação. Da vida que vale a pena ser vivida.

2^a) Um tipo de argumento que justifica ações em que Agostinho atende a seu interesse individual, sem que o interesse dos demais membros da família seja objeto de sua preocupação ética. Para ele, é como se a comunidade constituísse um corpo fictício, composto de pessoas individuais cujos interesses se classificam em concordantes com os dele (“Dentro desta casa, dona Nenê, só mesmo a senhora me entende”) ou discordantes (“É só eu dizer que preciso de uma coisa pra você me atrapalhar” – em diálogo com Tuco)²⁴. Assim, o uso preferencial do banheiro coletivo, a não-devolução de empréstimos de dinheiro tanto a Lineu como a dona Nenê etc.

Apesar disso, o utilitarismo de Agostinho não se resume a um simples hedonismo. Este, ao reduzir o juízo moral a um estado mental experimentado pelo indivíduo, ignora os cálculos custo x benefício, marca registrada das ponderações do personagem. Assim, embora os interesses dos demais não sejam efetivamente considerados neste cálculo, seus argumentos morais os evocam sistematicamente. Agostinho afirma subordinar seus interesses aos do grupo, embora calcule de maneira diversa. Conserva-se, portanto, fiel ao utilitarismo. Como observa Bentham: “Pode-se afirmar que uma pessoa é partidária do princípio da utilidade quando afirma que a aprovação ou desaprovação de alguma conduta foi determinada pela tendência de tal conduta a aumentar ou diminuir a felicidade da comunidade”²⁵.

Assim, no discurso moral de Agostinho, “a maior felicidade do maior número é o único fim adequado à ação”. “Eu só penso em vocês, e vocês só me criticam.”

O egoísmo ético de Agostinho suscita conflitos recorrentes na trama. Como observa Gerbner, os personagens centrais são claramente definidos: dedicados

24. Estas frases se repetem com frequência na maioria dos episódios da série.

25. BENTHAM, J. Uma introdução aos princípios da moral e da legislação. São Paulo: Abril Cultural, 1974. p. 11. (Série Os Pensadores, IX).

ou corruptos, eficientes ou ineficientes. Para assegurar a mais ampla aceitação (ou a maior lucratividade possível), as linhas do enredo seguem as noções de moralidade e justiça mais comuns, pouco importando se essas noções guardam ou não semelhanças com a realidade²⁶.

Assim, em 10 dos 14 episódios analisados, identificamos uma situação exemplar: Agostinho, a fim de satisfazer seu interesse, deve realizar a ação A. Tuco, por sua vez, para ver satisfeita sua pretensão, precisa praticar a ação B. Sistemáticamente, a ação B contraria o interesse de Agostinho e a ação A opõe-se ao interesse de Tuco. Não seria possível, portanto, que ambos agissem, simultaneamente, conforme seu próprio interesse. A afirmação do interesse de um implicaria a negação do interesse do outro. A esse impasse inerente à aplicação do egoísmo ético a relações sociais de conflito, recorre-se à figura do mediador. Autoridade legítima e autorizada, reconhecida por todos como detentora das soluções morais: Lineu.

Concluimos que as discussões morais em *A Grande Família* decorrem de um cotidiano prático compartilhado, para o qual argumentos e fundamentos filosóficos são dificilmente conciliáveis. Longe de impossibilitar diálogos, essa pluralidade argumentativa é o pano de fundo para muitas das tramas apresentadas. Em função disso, a recepção do referido seriado aponta para adesões argumentadas – determinadas por um processo de aculturação moral – a esta ou àquela conduta em função desses fundamentos, nunca explicitados. O seriado, segundo nossos pesquisados, tende a conferir legitimidade à moral de princípios em detrimento do utilitarismo e do egoísmo ético. Essa legitimação decorre da associação dos argumentos com os personagens por nós destacados. Finalmente, constata-se a dificuldade, por parte dos participantes dos grupos focais, de identificar os problemas morais e sua fundamentação para além da circunstância concreta apresentada pelo episódio.

Resumo: Este artigo tem por objeto os discursos morais no seriado televisivo *A Grande Família*, exibido pela emissora TV Globo, bem como sua recepção. Quatorze episódios de 2004 constituem o *corpus* da pesquisa. Grupos focais revelam o teor das manifestações estimuladas por cenas previamente editadas em função do impasse moral que propunham. Destacamos, a partir das revelações de nossos pesquisados, os argumentos de dois personagens: Lineu e Agostinho.

Palavras-chave: aculturação, ideologia, ética, princípio, utilitarismo, egoísmo.

Abstract: This article's object is constituted by the moral speeches in the sitcom *A Grande Família*, exhibited by Globo television network, as well as by its reception. We selected 14 episodes from 2004 to form the research *corpus*. As research methodology, we chose working with focus groups, which revealed the contents of manifestations stimulated by scenes previously edited according to the moral impasse they proposed. We highlighted, from the researched people, the arguments of two characters: Lineu and Agostinho.

Keywords: communication, behaviour, ethics, television, moral speech.

26. GERBNER, G., op. cit., p. 15.