

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS FACULDADE DE EDUCAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO**



**LÚCIA INÊS UGOSKI VOLCAN ZOLIN**

**A RAZÃO CORDIAL: UMA ALTERNATIVA FRENTE AO FENÔMENO DOS  
CURSOS LIVRES *ONLINE* EM EDUCAÇÃO**

**Pelotas, setembro de 2021**

**LÚCIA INÊS UGOSKI VOLCAN ZOLIN**

**A RAZÃO CORDIAL: UMA ALTERNATIVA FRENTE AO FENÔMENO DOS  
CURSOS LIVRES *ONLINE* EM EDUCAÇÃO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação da Faculdade de Educação da Universidade Federal de Pelotas, linha de pesquisa Filosofia e História da Educação, como requisito para o título de Mestre em Educação.

Orientador: Prof. Dr. Jovino Pizzi

**Pelotas, setembro de 2021**

Universidade Federal de Pelotas / Sistema de Bibliotecas  
Catalogação na Publicação

Z86r Zolin, Lúcia Inês Ugoski Volcan

A razão cordial: uma alternativa frente ao fenômeno dos cursos livres online em educação / Lúcia Inês Ugoski Volcan Zolin ; Jovino Pizzi, orientador. — Pelotas, 2021.

134 f.

Dissertação (Mestrado) — Programa de Pós-Graduação em Educação, Faculdade de Educação, Universidade Federal de Pelotas, 2021.

Lúcia Inês Ugoski Volcan Zolin

A RAZÃO CORDIAL: UMA ALTERNATIVA FRENTE AO FENÔMENO DOS  
CURSOS LIVRES *ONLINE* EM EDUCAÇÃO

Dissertação aprovada, como requisito parcial, para obtenção do grau de Mestre em Educação. Programa de Pós-Graduação em Educação, Faculdade de Educação, Universidade Federal de Pelotas.

Data da Defesa: 09 de setembro de 2021

Banca examinadora:

Prof. Dr. Jovino Pizzi (Orientador)

Doutor em Ética e Democracia pela Universidad Jaime I, Espanha

Prof. Dra. Neiva Afonso Oliveira

Doutora em Filosofia pela Pontifícia Universidade Católica do RS

Prof. Dr. Clóvis Ricardo Montenegro de Lima

Doutor em Administração pela Fundação Getúlio Vargas e em Ciência da Informação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro

## Resumo

Zolin, Lúcia Inês Ugoski Volcan. A Razão Cordial: uma alternativa frente ao fenômeno dos cursos livres *online* em educação. Pelotas/RS, 2021.135f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Programa de Pós-Graduação em Educação, Faculdade de Educação, Universidade Federal de Pelotas, 2021.

A presente dissertação dedica-se a apresentar a teoria da Razão Cordial – a *ethica cordis* - criada pela filósofa espanhola Adela Cortina, como uma alternativa para a compreensão de um fenômeno em ascensão na atualidade: a oferta de cursos livres *online* em educação. A *ethica cordis* se ocupa em estabelecer critérios para que o mundo seja um lugar melhor de se viver, mais humano, no qual as pessoas não apenas coexistam, mas convivam pacificamente (CORTINA, 2007a). Diante deste fato, buscou-se averiguar como a referida teoria pode contribuir para trazer à luz estratégias que representam uma ameaça ao potencial comunicativo da internet. Partiu-se do pressuposto de que determinadas condutas, que vêm sendo naturalizadas no ciberespaço, estão reduzindo o conhecimento compartilhado à mercadoria. Para o desenvolvimento da temática, utilizou-se como procedimentos técnicos de coleta de dados as pesquisas bibliográfica e documental. Por meio da pesquisa bibliográfica, fez-se uma imersão nos conceitos da teoria da razão cordial e investigou-se a proposta de Cortina para o estabelecimento de uma educação para a cidadania cordial e quais são os princípios éticos que, em sua concepção, devem tomar vida nas instituições. Através de procedimentos da pesquisa documental, coletou-se dados sobre a oferta de cursos livres *online*. Para fim de análise, selecionou-se a maior plataforma de negócios digitais da América Latina, a Hotmart. Dessa forma, investigou-se estratégias adotadas pela empresa para captar produtores de conteúdo e vender seus cursos. Após essas duas etapas (pesquisa bibliográfica e documental), ingressou-se na análise do material pesquisado. Ao concluir-se esta fase, foi possível confirmar a existência de uma série de posturas movidas pela maximização dos lucros, que têm tornado a internet um lugar propício para relações dominadas por uma lógica mercantil. Fato que atinge frontalmente a área da educação e contraria princípios basilares que norteiam a *ethica cordis*. Com base neste estudo, acredita-se que o pensamento de Adela Cortina possa servir para que tais posturas sejam repensadas, contribuindo para tornar mais humanas as relações virtuais baseadas no compartilhamento de saberes.

Palavras-chave: Cursos livres. Razão Cordial. Adela Cortina. *Online*.

## Abstract

Zolin, Lucia Inês Ugoski Volcan. The Cordial Reason: an alternative to the phenomenon of free online courses in education. Pelotas/RS, 2021.140f. Dissertation (Masters in Education) – Masters Degree Program in Education, Faculty of Education, Federal University of Pelotas, 2021.

This dissertation is dedicated to presenting the Cordial Reason theory - the "ethica cordis" - created by the Spanish philosopher Adela Cortina, as an alternative for understanding a phenomenon that is currently on ascension: the offer of free online courses in education. The "ethica cordis" is concerned with establishing some criteria to live in a better world, more human, in which people not only coexist, but live together peacefully (CORTINA, 2007a). In face of it, we sought to investigate how the referred theory can contribute to bring to light strategies that represent a threat to the communicative potential of the internet. It started from the assumption that certain behaviors, which have been naturalized in cyberspace, are reducing shared knowledge to merchandise. For the development of the theme, bibliographic and documentary researches were used as technical procedures for data collection. Through the bibliographical research, an immersion in the concepts of the Theory of cordial reason was made and the proposal of Cortina for the establishment of an education for cordial citizenship was investigated in order to know what are the ethical principles that, in its conception, they should adopt in institutions. Through documentary research procedures, data was collected on the offer of free online courses. For the purpose of analysis, the largest digital business platform in Latin America, Hotmart, was selected. Thus, the strategies adopted by the company to capture content producers and sell their courses were investigated. After these two steps (bibliographic and documental research), the researched material was analysed. At the end of this phase, it was possible to confirm the existence of a series of positions driven by the maximization of profits, which have turned the internet into a favorable place for relationships dominated by a commercial logic. A fact that affects directly the area of education and contradicts the basic principles that guide the "ethica cordis". Based on this study, Adela Cortina's thought can be brought to rethink such postures, contributing to make virtual relationships based on knowledge sharing more human.

Keywords: Adela Cortina, Cordial Reason, Free courses.Online.

## Lista de Figuras

Figura 1: Chamada do curso Quarentena impulsionada – o momento de expandir <i>online</i> .....	14
Figura 2: Divulgação do empreendedorismo digital.....	88
Figura 3: material de divulgação da Hotmart .....	91
Figura 4: Material de divulgação voltado aos professores.....	92
Figura 5: material de divulgação de curso <i>online</i> .....	93
Figura 6: banner de divulgação .....	94
Figura 7: banner de divulgação voltado a produtores de conteúdo .....	95
Figura 8: material de divulgação para professores .....	96
Figura 9: material de divulgação para professores .....	97
Figura 10: Material de motivação do gatilho mental <i>storytelling</i> .....	109
Figura 11: Material de divulgação do gatilho Jornada do herói .....	111
Figura 12: Banner de divulgação do empreendedorismo digital.....	113
Figura 13: Banner de divulgação sobre o gatilho autoridade .....	114
Figura 14: Banner de divulgação sobre técnicas de vendas.....	116
Figura 15: Banner divulgação gatilho da reciprocidade .....	117
Figura 16- <i>e-book</i> oferecido gratuitamente .....	120
Figura 17- Estratégias de aproximação por meio do envio de e-mails.....	121
Figura 18- Estratégia de vendas (continuidade do e-mail anterior).....	121

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>9</b>
Justificativa .....	13
Problema investigado e objetivos .....	16
<b>1 PERCURSO INVESTIGATIVO .....</b>	<b>18</b>
1.1 Caminho metodológico.....	18
<b>2 ADELA CORTINA E A RAZÃO CORDIAL.....</b>	<b>22</b>
2.1 <i>Ethica cordis</i> ou razão cordial .....	22
2.2 Ética de mínimos e ética de máximos: a base para a razão cordial.....	23
2.3 Fundamentos da razão cordial .....	35
<b>3 EDUCAR PARA UMA ÉTICA CÍVICA CORDIAL.....</b>	<b>41</b>
3.1 Educação para habilidades técnicas e sociais versus a educação moral.....	41
3.2 A forja de uma ética cívica cordial a partir do caráter dos indivíduos .....	46
3.3 A razão cordial como fundamento da educação.....	52
3.3.1 Primeiro eixo: transmissão de habilidades e conhecimentos.....	56
3.3.2 Segundo eixo: prudência para organizar uma vida feliz .....	58
3.3.3 Terceiro eixo: educar para a sabedoria cordial – justiça e compaixão .....	59
<b>4 A RAZÃO CORDIAL E O ÉTHOS DAS INSTITUIÇÕES.....</b>	<b>63</b>
4.1 O êthos das empresas .....	63
4.2 Ética e desenvolvimento tecnológico.....	70
4.3 Princípios de uma ética cívica.....	75
4.4 Exigências do reconhecimento cordial .....	77
<b>5 O CIBERESPAÇO COMO AMBIENTE DE VENDA DE SABERES: UMA ANÁLISE NA PERSPECTIVA DA RAZÃO CORDIAL .....</b>	<b>83</b>
5.1 A reorganização social a partir do uso de tecnologias digitais.....	83
5.2 Novas formas de transmitir os saberes <i>versus</i> a mercantilização do conhecimento .....	85
5.3 Os cursos livres no Brasil: um fenômeno em expansão .....	89
5.4 Foco nos produtores de conteúdos.....	92
5.5 Estratégias de vendas: o uso dos gatilhos mentais para convencer o público a comprar .....	101
5.5.1 Como os gatilhos são usados para persuadir: o gatilho da dor .....	107
5.5.2 O gatilho do <i>Storytelling</i> : contando histórias que comovem e vendem ....	109

5.5.3 O gatilho da autoridade: criando gurus .....	113
5.5.4 Gatilho da reciprocidade – a utilização de “iscas” para atrair compradores .....	117
5.6 Os gatilhos da autoridade e da reciprocidade à luz da Razão Cordial .....	122
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS: QUESTÕES A SEREM PENSADAS.....</b>	<b>125</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>129</b>

## INTRODUÇÃO

Esta dissertação é fruto de uma busca que resultou em uma inquietação a qual, por sua vez, foi responsável por um reencontro. Trata-se de acontecimentos que se entrelaçaram, unindo minha vida profissional<sup>1</sup> à acadêmica. Na sequência, apresento-os, buscando estabelecer uma ordem cronológica dos fatos, no intuito de mostrar o motivo pelo qual acreditei que este tema devesse extrapolar o âmbito particular, sendo objeto de um estudo científico e com possíveis desdobramentos em futuras pesquisas.

Como é facilmente constatável, nos espaços educativos contemporâneos convivem duas gerações distintas: a geração dos imigrantes digitais – nascidos antes da explosão de tecnologias digitais, que hoje, naturalmente, fazem parte da vida das pessoas -, e a dos nativos digitais, aqueles que nasceram em um mundo que já respirava tecnologia (TORI, 2010). Os imigrantes precisaram se adaptar às novidades à medida que estas iam surgindo (TAPSCOTT, 2010). E é neste fato que se encontra o ponto de partida da referida “busca”: a necessidade de me atualizar como jornalista frente às inovações.

Em minha vivência profissional, tenho transitado pelos universos da comunicação e educação simultaneamente, o que considero um desafio interessante, sobretudo, porque tenho tido a oportunidade de verificar de perto o quanto as inovações tecnológicas atingem a área da educação de diferentes formas. Um desses desafios, em meu âmbito profissional, a meu ver, está relacionado à comunicação entre imigrantes digitais (categoria a qual pertenço) e estudantes, quase em sua totalidade nativos<sup>2</sup>.

Do ponto de vista técnico, os nativos são reconhecidamente hábeis em utilizar as novidades tecnológicas, com alta performance no mundo *online*, uma vez que para eles “usar a tecnologia é tão natural quanto respirar” (TAPSCOTT, 2010, p. 29), independentemente do fluxo contínuo de inovações. Para Tapscott (2010, p. 31),

---

<sup>1</sup> Sou jornalista formada na UCPel e trabalhei por 13 anos na RBS TV, sendo a maior parte (11 anos) em Santa Catarina. Em 2011, ingressei como técnica administrativa no Instituto Federal Sul-rio-grandense (IFSul), atuando como jornalista na Coordenadoria de Comunicação Social (CCS) da Reitoria, função que exerço atualmente. No IFSul, produzo notícias para o site da Reitoria e redes sociais.

<sup>2</sup> Estudantes de cursos do Ensino Médio e de cursos do Ensino Superior oferecidos pela instituição.

isso ocorre porque “à medida que a tecnologia evolui implacavelmente a cada mês, os jovens simplesmente a absorvem, como se fossem melhorias na atmosfera”. Ou seja, as novidades tecnológicas são naturalmente assimiláveis por esse grupo.

Assim que ingressei no IFSul, em 2011, dei-me conta de que eu não havia sido preparada para lidar com os novos recursos tecnológicos e, menos ainda, para interagir com a nova geração. Em se tratando da comunicação especificamente voltada aos estudantes, os nativos digitais, havia outro desafio: como - perguntava-me - redigir uma matéria jornalística capaz de despertar o interesse de um jovem/adolescente que cresceu sob as regras de “quanto menos caracteres melhor”?<sup>3</sup> Dediquei-me, inicialmente, a pesquisas no Google, buscando orientações sobre como redigir adequadamente para as redes sociais e como usá-las eficazmente, dando alcance às matérias e postagens institucionais. Nessas buscas, deparei-me com uma série de cursos livres *online* (não regulamentados)<sup>4</sup> de capacitação, oferecidos por diferentes plataformas digitais. Admito que encontrei nessa metodologia um meio oportuno de me atualizar e tentar vencer minhas limitações. No entanto, ao ter acesso aos conteúdos adquiridos, sobreveio-me a “inquietação” à que me referi inicialmente.

Reside nela o principal impulso que me levou à temática proposta nesta dissertação. À medida que me familiarizava com os métodos de aprendizagem digital, ia percebendo práticas que me causavam desconforto pelo padrão de repetição. Primeiramente, notei que havia uma profusão de cursos sendo ofertados em formato de infoprodutos (produtos digitais) sobre os mais diferentes assuntos, tais como idiomas, música, matemática, produção textual, como ganhar dinheiro, resolver problemas de saúde, entre outros. Porém, ficou evidente que aqueles cursos não se enquadravam na modalidade a distância já consolidada em muitas instituições de ensino<sup>5</sup>. Pelo contrário, percebi que as aulas dos *cursos online*, às quais eu tinha acesso, eram ministradas por pessoas cujas credenciais, em geral, não eram respaldadas por nenhuma instituição, prescindindo elas mesmas de formação acadêmica em não raros casos. Quanto aos “consumidores” de

---

<sup>3</sup> O *twitter*, por exemplo chegou a limitar o número de caracteres de uma postagem em 140; hoje, são 280.

<sup>4</sup> Os cursos livres podem ser disponibilizados sem a necessidade de regulamentação da parte de órgãos educacionais. Não há requisitos nem para oferecer o curso nem para acessá-lo.

<sup>5</sup> Contudo, convém destacar que a oferta de cursos livres também se enquadra na categoria EAD, porém, não regulamentada. Outro aspecto é que a prática de cursos *online* também vem sendo adotada por instituições, como universidades.

infoprodutos, percebi existirem ao menos dois grandes grupos que são alvos das plataformas: o primeiro é formado por pessoas que precisam adquirir determinado conhecimento; o segundo, por aqueles que “possuem” algum conhecimento e, portanto, podem produzir conteúdo para vender, mas deverão “aprender a ensinar” na internet.

Para aqueles que possuem conteúdo a oferecer, observei que a abordagem está focada, de forma muito enfática, em aspectos financeiros (ensinar para ganhar dinheiro) e em uma vida mais cômoda, já que o trabalho poderá ser feito a distância. Sendo assim, dei-me conta de que, nesse negócio, a mercadoria é o conhecimento. O que está em questão, a meu ver, contudo, não é o fato de um profissional aspirar a um trabalho que lhe gere uma boa remuneração a partir de seus saberes; considero esse desejo legítimo. O ponto em discussão é a ênfase dada ao dinheiro, como motivação primária, já que uma profissão não deve ser exercida tendo o lucro como motivação principal, por ser um tipo de “atividade socialmente definida que tem por objetivo favorecer a coletividade” (MARTÍNEZ NAVARRO, 2011, p. 57).

Diante desses fatos senti, então, o desejo de investigar academicamente o fenômeno da oferta de cursos livres. Pareceu-me óbvio que eu deveria buscar o suporte na área da educação, o que me levou a ingressar como aluna especial no Programa de Pós-Graduação em Educação (PPGE) da Universidade Federal de Pelotas (UFPel), em 2018. Nesse momento, deu-se o meu “reencontro” com o mundo acadêmico, após quase uma década dele afastada.

No segundo semestre de 2018, com grande surpresa, descobri que o PPGE iria ofertar o Seminário Avançado Ética e Docência: fundamentos e códigos, ministrado pelo professor Jovino Pizzi. Inscrevi-me e fui aceita como aluna especial. Durante as aulas, adentrei no universo de autores os quais eu desconhecia, percebendo que o edifício teórico construído por eles poderia servir de embasamento à compreensão dos fatos que acabo de mencionar, auxiliando-me na investigação do fenômeno que tanto me desafiava. A experiência como aluna especial nessa disciplina motivou minha inscrição (e ingresso) como estudante regular no Mestrado, na Linha 1: Filosofia e História da Educação, do PPGE, sob a orientação do mesmo professor que ministrara o seminário, Jovino Pizzi.

Nos processos de orientação, fui apresentada à obra de Adela Cortina e à sua teoria da razão cordial, também denominada *ethica cordis*, tendo mais acesso a seus pensamentos. Com o auxílio de meu orientador, percebi que o fenômeno que

me instigava poderia ser compreendido a partir de seus pressupostos éticos. Chamou-me a atenção, de forma especial, o fato de a *ethica cordis* se ocupar em estabelecer critérios para que o mundo seja um lugar melhor de se viver, mais humano, no qual as pessoas não apenas coexistam, mas convivam pacificamente (CORTINA, 2007a). Acredito que seja possível relacionar tais preceitos à internet, porque também o mundo *online* deve ser um lugar de convivência saudável. Tal constatação é amparada no fato de que, devido aos avanços tecnológicos, a internet deixou de ser considerada apenas um instrumento a mais de comunicação, passando a ser vista como um ambiente habitado por pessoas e marcado pela pluralidade. Nesse sentido, parece-me oportuno avaliarmos as interações que nela se estabelecem, tomando por referência uma teoria da envergadura da *ethica cordis*. Isto é, os princípios estabelecidos pela teoria da razão cordial podem servir de parâmetro às relações vividas no mundo *online*, contribuindo para apontar ameaças ao convívio virtual.

Outro aspecto da razão cordial que considere apropriado para o tema é a ênfase dada ao fato de que as pessoas devem ser tratadas como fins em si mesmas, jamais como meios. Os seres humanos têm dignidade e não preço, devendo ser empoderados e não instrumentalizados (CORTINA, 2007a). Os cursos *online* têm respeitado a esses princípios? Minha intenção foi buscar a resposta para essa questão a partir dos critérios propostos por Cortina.

Além disso, Adela Cortina, em sua extensa produção bibliográfica, tem destacado de forma contundente a importância da educação na construção de uma ética cívica, baseada na forja do caráter das pessoas e no respeito mútuo entre os cidadãos. Seguindo essa linha de raciocínio, entendo que aqueles que tiverem seu caráter forjado para o bem, no mundo físico, como preconiza a *ethica cordis*, agirão moralmente bem quando estiverem atuando na internet. Caso contrário, a convivência virtual entre os indivíduos estará ameaçada, com profundas consequências negativas.

Assim sendo, diante do pressuposto de que determinadas condutas, que vêm sendo naturalizadas no ciberespaço, estão reduzindo o conhecimento compartilhado à mercadoria, interessei-me por averiguar como a referida teoria poderia contribuir para trazer à luz estratégias que, a meu ver, representam uma ameaça ao potencial comunicativo da internet.

Eis a trajetória e fatos que me trouxeram ao tema desta dissertação. Com o auxílio de meu orientador, após um período de conversas e discernimento, concluímos que, de fato, o fenômeno da oferta de cursos livres poderia ser analisado a partir dos referenciais da *ethica cordis*, como passo a justificar na sequência.

## Justificativa

Um fato novo, surgido durante o desenvolvimento desta dissertação, a pandemia causada pelo coronavírus<sup>6</sup>, reforçou ainda mais minha convicção sobre a relevância, urgência e atualidade do tema proposto. Embora a Covid-19 não seja meu objeto de estudo, não posso deixar de mencionar, mesmo que brevemente, a relação do isolamento social com o assunto que estou desenvolvendo.

Ocorre que a pandemia acendeu os holofotes sobre a educação a distância, aumentando a procura por cursos *online* – livres e regulamentados. Segundo uma reportagem publicada pelo Jornal O Globo, um levantamento do Google mostrou que a busca por especializações a distância, no Brasil, teve um salto de 130%, já no primeiro mês do isolamento social. Uma das instituições que teve a procura por seus cursos virtuais aumentada foi o Senac. A entidade registrou, após o início da quarentena<sup>7</sup>, 450 mil novas matrículas. A Fundação Getúlio Vargas (FGV) teve um aumento na adesão por suas formações gratuitas em 400%, comparado aos meses de janeiro e fevereiro de 2020 (GARCIA, 2020).

As plataformas digitais de negócios também aproveitaram a oportunidade para exaltar os benefícios dos cursos livres, numa tentativa de aumentar suas vendas. A Hotmart, por exemplo, para incrementar seus negócios, criou o curso “Quarentena impulsionada, o momento de expandir *online*” (FIGURA 1). O anúncio do curso foi feito com a seguinte chamada: “Quarentena é um isolamento, mas no mundo digital é uma vitrine”.

---

<sup>6</sup> O coronavírus, conforme dados da Organização Mundial da Saúde (OMS), começou a circular na China em dezembro de 2019. No dia 11 março de 2020, após o alastramento do vírus em todos os continentes, a OMS decretou a pandemia.

<sup>7</sup> Número de matrículas registrado até o dia 12 de abril de 2020, data da publicação da matéria intitulada “Em tempo de quarentena, cresce a procura por cursos online”, no Jornal O Globo.

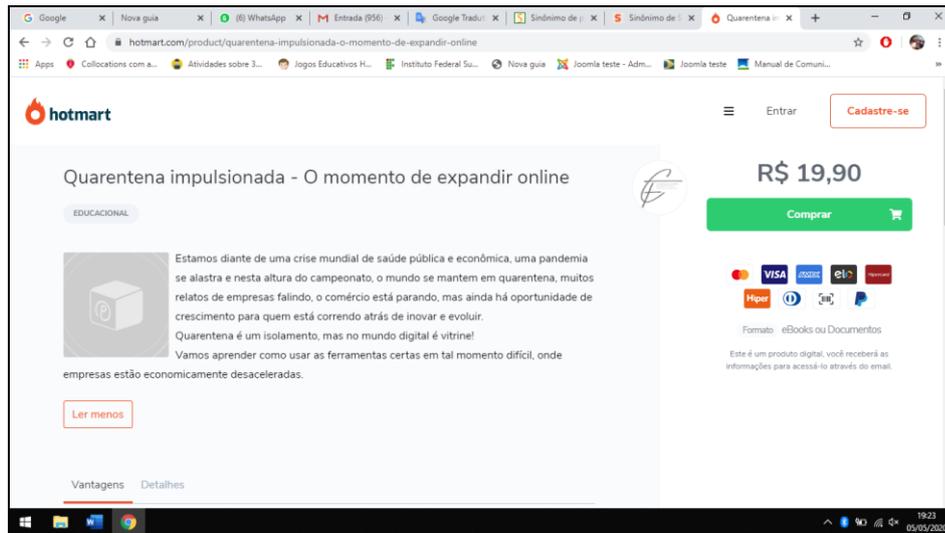


Figura 1: Chamada do curso Quarentena impulsionada – o momento de expandir *online*  
 Fonte: Hotmart (2020c)

Tais fatos reforçaram ainda mais a minha convicção de que este é um assunto de extrema importância e digno de ser investigado. Ao dizer isso, gostaria de esclarecer que o intuito desta dissertação não é o de questionar a validade dessa metodologia de ensino, ou, como observa Adela Cortina, rejeitar algo simplesmente por receio do novo. Não se trata de assumir uma postura temerosa própria daqueles “que a cada avanço enxergam perigo, essa posição reativa que impede tirar proveito dos benefícios das novas contribuições” (CORTINA, 2012, p. 14). Afinal, “desperdiçar o que pode melhorar a vida é coisa de néscios” (CORTINA, 2012, p. 14). Porém, também acredito que não se deve aceitar passivamente o que é considerado moralmente mau, mesmo que tenha a adesão de um grande número de pessoas. Nesse sentido, Cortina (2007a, p. 10) esclarece que adotar uma atitude crítica não significa apenas ir contra tudo, mas “criticar é discernir entre o que une e o que separa, entre o justo e o injusto”. É com essa postura que desejamos que os cursos livres sejam avaliados por todos que deles se utilizam. Dessa forma, a proposta desta dissertação é questionar determinadas condutas que vêm sendo naturalizadas na internet - as quais atingem frontalmente a área da educação – movidas pela maximização dos lucros, à luz do referencial teórico elaborado por Adela Cortina, sobretudo, sua teoria da razão cordial.

Um dos pilares da razão cordial está na convicção da autora de que as pessoas que tiveram o caráter forjado para o bem agirão igualmente bem em quaisquer circunstâncias. Cortina (2007a) desenvolve tal pensamento tendo por

base a ética tradicional da antiga Grécia, no sentido de uma forja do *êthos*. Para os gregos, a palavra *êthos*, da qual se origina o termo ética, tinha o sentido de caráter. Adela Cortina compreende que o mundo contemporâneo precisa retornar à dimensão intrassubjetiva de uma ética que se ocupa em forjar o caráter e, por certo, “há de ser um bom caráter, porque forjar um mau caráter seria coisa para estúpidos” (CORTINA, 2007a, p. 23). Segundo os preceitos de Adela Cortina (2007a), se os indivíduos não forem forjados dentro de valores mínimos de justiça<sup>8</sup>, a serem compartilhados por todos os membros de uma sociedade e se não forem capazes de ser compassivos, a convivência com outros indivíduos está ameaçada. Essa forja de caráter também pode ser aplicada a empresas e organizações e, por conseguinte, à internet. Seguindo as concepções apresentadas, entendo que a proposta de uma ética cívica, tal qual idealizada pela filósofa, para que possamos conviver e não apenas coexistir, pode beneficiar às relações virtuais.

Adela Cortina fundamenta os princípios da razão cordial no fato de que o ser humano tem dignidade, não preço, o que implica em não instrumentalizá-lo nem causar-lhe danos; empoderar suas capacidades, desde que não prejudiquem a outrem; garantir que os indivíduos participem dos benefícios das instituições e organizações de forma equitativa, a partir de interesses universalizáveis e tomar decisões levando em conta, de forma dialógica, todos os afetados pelas normas de justiça (CORTINA, 2007a).

Acredito ser possível aplicar os mesmos pressupostos ao mundo *online*. Os sujeitos que irão dispor de seus conhecimentos na internet, por meio dos cursos livres, precisam estar conscientes de que as pessoas não são meios e sim fins, que têm dignidade e não preço, devendo ser empoderadas em suas capacidades e não instrumentalizadas. Assim essa nova metodologia de aprendizagem contribuirá para o desenvolvimento das pessoas, e não representará uma ameaça à dignidade delas. É preciso, acredito, entrar neste mundo virtual que é habitado por homens, mulheres, adolescentes e crianças “de carne e osso” (CORTINA, 2007a, p. 191) – para usar uma expressão tão própria de Cortina e tentar entendê-lo melhor.

Por isso, compreendo que a análise do fenômeno da oferta de cursos livres *online*, a partir da visão de mundo de Adela Cortina, pode trazer elementos valiosos para a ampliação do debate a respeito da relação entre educação e internet. Nessa

---

<sup>8</sup> Conceitos referentes aos mínimos de justiça serão apresentados no capítulo que tem como título “Adela Cortina e a Teoria da razão cordial” desta dissertação.

perspectiva, o tema desta dissertação foi assim definido: **A Razão Cordial: uma alternativa frente ao fenômeno dos cursos livres *online* em educação.**

#### Problema investigado e objetivos

Adela Cortina, em sua teoria da razão cordial (2007a), apresenta um ideal de vida social baseado na justiça e na compaixão, defendendo convictamente a ideia de que é possível construirmos um mundo habitável, apesar dos desafios próprios de sociedades plurais e democráticas. Para tanto, é imprescindível o desenvolvimento de uma ética cívica que tenha como protagonistas as pessoas.

Enriquez-Ayala e Salazar (2019, p.142), autores que estudam o pensamento de Adela Cortina, compreendem “a ética da razão cordial como espaço a partir de onde é possível construir e desenvolver o melhor das potencialidades humanas”; em minha percepção, tal lógica se aplica também ao ciberespaço, já que este é um ambiente onde ocorrem interações humanas. Compreendo que na internet, mesmo que a comunicação seja mediada por diferentes tecnologias, como a Inteligência Artificial, são os seres humanos que estão no comando de todas as ações virtuais. No caso específico dos cursos livres, objeto deste estudo, apesar de as estratégias também contarem com recursos tecnológicos, são os sujeitos que estão na condução dos processos.

Com base nessas considerações, o problema desta dissertação tem o seguinte foco: **como a razão cordial pode servir de alternativa frente ao fenômeno dos cursos livres *online* em educação?** Para responder a essa indagação, orientamo-nos pelo objetivo geral de investigar os pressupostos da teoria da razão cordial. Nosso intuito foi o de descobrir parâmetros para verificar de que forma determinadas práticas concernentes à oferta de cursos livres *online* representam uma ameaça ao compartilhamento de saberes na internet. Para tanto, foram estudadas obras de Adela Cortina nas quais são abordadas a referida teoria. Também foi investigado o fenômeno da disseminação do *e-learning* no Brasil, tendo como referência o *modus operandi* da maior plataforma de negócios digitais da América Latina, a Hotmart.

Com o propósito de seguir os caminhos que constituem a dissertação, o objetivo geral desdobrou-se nos seguintes objetivos específicos: a) pesquisar os aspectos teóricos da razão cordial; b) estudar os pressupostos da teoria da razão cordial relacionados à educação e cidadania cordial c) investigar o fenômeno da disseminação de cursos livres *online* em educação no Brasil; d) verificar o *modus operandi* da maior plataforma digital de negócios da América Latina; e) analisar dinâmicas adotadas pela plataforma à luz da teoria da razão cordial.

Para atingir os objetivos propostos, além desta parte introdutória, a dissertação foi dividida em cinco capítulos. No primeiro, apresentamos o percurso investigativo, no qual consta o caminho metodológico trilhado. Do segundo ao quarto capítulos, fizemos uma imersão nos conceitos dessa teoria. Por meio de uma pesquisa bibliográfica, buscamos os principais escritos da autora que versam sobre o tema, bem como o de autores que também estudam as obras de Cortina. Fizemos, ainda, um aprofundamento nos preceitos de um dos pilares da *ethica cordis*: a educação para a cidadania cordial. Além disso, investigamos os princípios da razão cordial que, para Adela Cortina, devem ser transmitidos pelos membros de uma sociedade democrática e de que forma estes devem ser cultivados pelas instituições.

No último capítulo, como fruto de uma pesquisa documental, apresentamos uma série de estratégias utilizadas pela Hotmart, analisando-as com base no referencial teórico desenvolvido ao longo desta dissertação, sobretudo, ao que diz respeito, de forma direta, à teoria da razão cordial. A dissertação é finalizada com as considerações finais, nas quais apresentamos algumas conclusões a que chegamos como fruto desta investigação e alguns pontos que julgamos merecerem atenção do mundo acadêmico pelo grau de desafio que representam.

## 1 PERCURSO INVESTIGATIVO

Segundo Gil (2002, p. 17), a pesquisa pode ser definida como “o procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos”. Este autor, conforme consta na obra supracitada, entende que a pesquisa é:

[...] requerida quando não se dispõe de informação suficiente para responder ao problema, ou então quando a informação disponível se encontra em tal estado de desordem que não possa ser adequadamente relacionada ao problema.

Mediante o exposto, a fim de responder aos objetivos desta dissertação, apresentaremos, a seguir, o caminho metodológico que foi trilhado para a concretização deste trabalho. Nosso intuito foi o de chegar, a partir do problema proposto, à satisfatória apresentação dos resultados, tirando as informações disponíveis, anteriores à pesquisa, do “estado de desordem” (GIL, 2002, p. 17).

### 1.1 Caminho metodológico

A análise qualitativa estabelece um estudo dos fatos em seus cenários naturais, tentando entender ou compreender os fenômenos. São conjuntos de práticas interpretativas, as quais dão visibilidade ao mundo que se transforma em uma série de representações (DENZIN, 2006). Esta dissertação contempla uma pesquisa com uma metodologia de análise qualitativa, a fim de atender seu objetivo geral de investigar os aspectos teóricos da teoria da razão cordial para buscar a compreensão de um fenômeno em ascensão nos ambientes virtuais: a oferta de cursos livres em educação.

Para tanto, foram adotados, como procedimentos técnicos de coleta de dados, as pesquisas bibliográfica e documental. A principal vantagem da pesquisa bibliográfica, segundo Gil (2002), deve-se ao fato de esta oferecer ao investigador a

cobertura de um conjunto de fenômenos muito mais amplo de que aquele que poderia pesquisar diretamente.

Também recorreremos à pesquisa documental pelo fato desta se constituir:

[...] uma fonte poderosa de onde podem ser retiradas evidências que fundamentem afirmações e declarações do pesquisador. Representam ainda uma fonte “natural” de informação. Não é apenas uma fonte de informação contextualizada, mas surge num determinado contexto e fornecem informações sobre esse mesmo contexto (LÜDKE. ANDRÉ1986, p. 25).

Segundo Oliveira (2007, p. 69), a pesquisa “documental caracteriza-se pela busca de informações em documentos que não receberam nenhum tratamento científico”, o que a torna oportuna para nossa proposta. Esses dois procedimentos técnicos de coletas de dados foram utilizados em dois momentos distintos, a fim de que sejam cumpridos os objetivos assumidos neste projeto.

O primeiro momento teve como finalidade possibilitar, por meio da pesquisa bibliográfica, uma imersão nos conceitos da teoria da razão cordial ou *ethica cordis* de Adela Cortina. Dando continuidade, para avançar na execução do trabalho, foram estudados o pensamento da referida filósofa a respeito da educação para a cidadania cordial e os princípios norteadores da *ethica cordis* que devem tomar vida nas instituições. Tratou-se de uma etapa de suma importância, porque foi com base no resultado dessa investigação que tivemos elementos para verificar de que forma a razão cordial pode servir de suporte para o entendimento do fenômeno da oferta de cursos livres *online*.

Em um segundo momento, seguindo o conceito de Appolinário (2009) de que a pesquisa possui estratégia documental quando se utiliza de fontes documentais, tais como livros, revistas, documentos legais e arquivos em mídia eletrônica, foi feito uso desse procedimento para a coleta de dados sobre a oferta de cursos livres *online*.

Com base nos conceitos relacionados a esse procedimento metodológico, foi feito um estudo de dados sobre a atual conjuntura da oferta de cursos livres virtuais, que indicou como está o crescimento desta prática no Brasil. Também foram averiguadas quais são as plataformas digitais com maior número de cursos e de vendas de infoprodutos em educação no país e, a fim de análise, foi selecionada a que é considerada a maior plataforma de negócios digitais da América Latina, a

Hotmart. Para atender aos objetivos deste projeto, investigou-se estratégias adotadas pela empresa para captar produtores de conteúdo.

Após essas duas etapas (pesquisa bibliográfica e documental), ingressamos na fase da análise dos conteúdos que, conforme Moraes (1999), é uma metodologia de pesquisa usada para descrever e interpretar o conteúdo de toda classe de documentos e textos.

A finalidade desta ação foi promover a articulação entre os aspectos teóricos da razão cordial com os dados obtidos referentes aos cursos livres *online* em educação. A partir dos conteúdos coletados, no site da plataforma, foi feita a leitura seletiva desse material e, posteriormente, as leituras analíticas e interpretativas. A análise dos dados levantados seguiu o Método de Interpretação de Sentidos, que, segundo Minayo (2009, p. 5) é:

[...] uma tentativa de avançarmos mais na interpretação, caminhando além dos conteúdos de textos na direção de seus contextos e revelando as lógicas e as explicações mais abrangentes presentes numa determinada cultura acerca de um tema.

O Método de Interpretação de Sentidos, de acordo com a autora supracitada, comporta tanto a compreensão como a crítica dos dados gerados por uma pesquisa. Sua organização se dá em três etapas: leitura compreensiva do material selecionado, na qual se busca uma visão do conjunto e apreensão das particularidades do material; exploração do material – ou o estudo do material propriamente dito; e, por fim, ocorre a síntese do material pesquisado (MINAYO, 2009).

Dessa forma, o percurso metodológico nos permitiu articular os aspectos teóricos da razão cordial, de Adela Cortina, por meio da pesquisa bibliográfica, com os materiais coletados durante a pesquisa documental. Sendo assim, para efeito de análise, foram considerados os aspectos teóricos da razão cordial; o pensamento de Adela Cortina sobre a educação para a cidadania cordial; os princípios da *ethica cordis* a serem transmitidos em uma sociedade democrática e plural bem como os dados coletados relativos à oferta de cursos livres *online* e o *modus operandi* de Hotmart.

Assim sendo, desejamos que esta dissertação possa trazer contribuições ao entendimento do fenômeno problematizado à luz de uma teoria que tem como foco

principal o desenvolvimento de uma autêntica ética cívica. Nosso intuito é o de buscarmos apresentar como essa teoria pode ajudar a identificar determinadas práticas que podem representar uma ameaça ao compartilhamento de saberes na internet.

## 2 ADELA CORTINA E A RAZÃO CORDIAL

Neste capítulo, apresentamos o quadro teórico que fundamenta a ética da razão cordial. Para tanto, descrevemos o processo que levou Adela Cortina a formular a referida teoria e quais são os pressupostos filosóficos que a caracterizam. Trata-se de uma etapa de suma importância pelo fato de ser a *ethica cordis* o suporte ao desenvolvimento desta dissertação e à análise do fenômeno da oferta de cursos livres *online*. Desta forma o capítulo foi assim dividido: a) *Ethica cordis* ou razão cordial; b) Ética de mínimos e ética de máximos: a base para a razão cordial; c) Fundamentos da razão cordial.

### 2.1 *Ethica cordis* ou razão cordial

Para adentrarmos nos fundamentos da Ética da razão cordial, é preciso entendermos em que contexto se deu a formulação desta teoria e quais são as bases que a sustentam. Sendo assim, buscaremos apresentar os pressupostos filosóficos que precederam essa perspectiva teórica e quais as motivações de Adela Cortina<sup>9</sup> ao desenvolvê-la.

Segundo explica Adela Cortina (2007a), com a Constituição de 1978, a Espanha franquista transitava do monismo, como código moral único, ao reconhecimento do pluralismo moral, e tal fenômeno, em seu entendimento, necessitava de um respaldo filosófico. Fazia-se urgente, para a filósofa, descobrir se

---

<sup>9</sup> Natural de Valência, na Espanha, em 1947, Adela Cortina é considerada uma das principais pensadoras contemporâneas no âmbito da Filosofia Moral, sendo a primeira mulher a ingressar na Academia Real de Ciências Morais e Política da Espanha. Em suas obras, ao longo das últimas décadas, Cortina tem tratado de uma série de temas ligados à vida em sociedade, economia, ecologia, violência, pobreza, genética e gênero. Como defensora dos direitos humanos, Cortina tem reafirmado contínuas vezes, seja em artigos, livros, entrevistas ou conferências, que as pessoas não têm um preço, mas dignidade. Preocupação que a levou, na década de 90, do século passado, a criar um termo que denuncia a existência de uma aversão aos pobres: aporofobia, camuflada muitas vezes como xenofobia ou racismo. O neologismo foi incluído no dicionário de seu País pela Real Academia Espanhola (REA) e ganhou, em 2018, o prêmio de palavra do ano pela Fundação Espanhol Urgente (Fundéu). Cortina também dirige seus estudos ao mundo da educação, por ter a convicção de que as pessoas devem ser educadas para uma ética civil. Pensamento que servirá de suporte para a construção desta dissertação. Seu doutoramento foi sobre Metafísica, porém, teve sua atenção voltada à Ética devido a um momento histórico pelo qual passava seu país.

haveria uma ética comum a todo o País e como construir uma sociedade ao mesmo tempo plural e justa. Um desafio complexo diante da constatação de que os sujeitos buscam ser felizes, porém, compreendendo de formas distintas o que seja a felicidade (CORTINA, 2007a).

Foi neste processo investigativo que se deu a aproximação de Adela Cortina com o pensamento dos fundadores da ética do discurso, Jürgen Habermas e Karl-Otto Apel. No seu encontro com a Ética do Discurso, a filósofa descobriu o aporte para suas pesquisas relativas a um capital ético a ser compartilhado em sociedades democráticas. Desta forma, sua busca resultou na teoria da “ética dos mínimos” (CORTINA, 1986). Suas ideias a esse respeito foram expostas no livro “Ética Mínima”, publicado em 1986, no qual Cortina aponta a essência de uma ética cívica da vida cotidiana.

Tal projeto, porém, de uma ética de mínimos, conforme a própria autora, possuía “grandes limitações” (CORTINA, 2007b, p. 02) e se fazia necessário modular o seu marco de origem.

No entanto, apostar no procedimentalismo dialógico significava descobrir seus limites muito também de dentro. É por isso que, há algum tempo, tenho tentado reconstruir a ética do discurso, a fim de trazer à tona elementos valiosos implícitos, e que seus criadores, Apel e Habermas, relutam em colocar na mesa, talvez porque, se o fizessem, sua proposta assumiria uma nova aparência, uma aparência muito diferente: a de uma *ethica cordis* – entendo eu - a de uma ética da razão cordial (CORTINA, 2007b, p. 114).

Nosso objetivo, na sequência, é mostrar como se deu a reformulação desta teoria, até chegar à “renovação e atualização da ética do discurso” (GARCÍA-MARZÁ, 2019, p. 7). Para tanto, apresentaremos o pensamento de Cortina sobre a ética de mínimos e ética de máximos, que vêm a ser a base da teoria da razão cordial.

## 2.2 Ética de mínimos e ética de máximos: a base para a razão cordial

Considerando que a pluralidade, típica de uma democracia, não deva servir de empecilho para que seus cidadãos construam uma vida juntos, como encontrar respostas aos problemas morais que tenham validade universal? É possível a

existência de uma ética comum a todos os sujeitos dessa sociedade? Há valores e princípios morais que possam ser compartilhados por todas as pessoas? Tais questões estão no cerne da teoria desenvolvida por Adela Cortina: a ética de mínimos” (CORTINA, 1986).

Como já mencionado, para formular sua teoria, Cortina tomou como ponto de partida um fenômeno social que ocorria em seu país natal, o qual passava do monismo moral ao pluralismo democrático. Naquele ambiente de transição, os cidadãos espanhóis não tinham mais a obrigação de obedecer à imposição de um código moral único, podendo fazer suas próprias escolhas a partir de distintas concepções de felicidade.

No entanto, o reconhecimento oficial do pluralismo, expresso na Constituição de 1978, foi seguido por uma polêmica animada sobre as possibilidades de descobrir-se alguns elementos morais que a sociedade espanhola pudesse compartilhar. Sem eles, enfrentar o futuro com certas probabilidades de sucesso se tornaria muito difícil, porque uma ética da sociedade civil é essencial para construir qualquer edifício político bastante sólido (CORTINA, 2007b, p. 114).

A filósofa espanhola percebeu que, sem uma ética cívica compartilhada por todos, havia o risco de as pessoas se livrarem do monismo, porém, aderindo a um relativismo moral ou politeísmo axiológico<sup>10</sup>. Na interpretação de Cortina (2007a), tais fenômenos acabariam igualmente dificultando a vida em comum e, até mesmo, inviabilizando a construção de uma sociedade democrática.

Foi nesse cenário que Cortina passou a investigar se existiria um conjunto de valores e princípios morais a serem compartilhados, a fim de atender exigências de justiça entre grupos com variados projetos de vida. Para a filósofa espanhola, deveria ser garantida a construção de uma vida conjunta e não apenas a coexistência dos distintos grupos que constituem as sociedades plurais. Desta maneira, a solidez da democracia somente seria possível se os cidadãos estivessem de acordo em relação aos valores mínimos de justiça que deveriam ser cumpridos por todos (CORTINA, 1986).

---

<sup>10</sup>A expressão “politeísmo axiológico” foi cunhada por Max Weber. Cortina (2001) explica que este fenômeno consiste na ideia de que as questões relativas aos valores são muito subjetivas. Cada pessoa elege a sua hierarquia de valores, numa espécie de fé, incapaz de apresentar argumentos racionais para tal eleição, pelo fato de tais argumentos não existirem. Desta forma, produz-se no campo dos valores uma espécie de politeísmo em que cada um adora o seu deus.

A teoria da ética dos mínimos é concebida a partir de sua convicção de que os cidadãos, enquanto seres racionais, devem compartilhar alguns valores mínimos morais, mesmo que não tenham a mesma concepção de vida boa (CORTINA, 1994). Descobrir esses mínimos passou a ser a meta de Adela Cortina, como afirma (PIRES, 2013, p. 13):

Encontrar princípios de convivência justa em sociedades caracterizadas pelo pluralismo foi uma das primeiras linhas pelas quais Adela Cortina norteou a sua atividade de investigação. Construiu, assim, as bases de uma ética cívica que estabelece mínimos de justiça e que tem implicações na vida pública, nas suas diferentes áreas.

A ética cívica, conforme concebe Adela Cortina, identifica-se com a ética de mínimos, vindo a ser “o conjunto de valores e normas os quais são compartilhados pelos membros de uma sociedade pluralista, sejam quais forem suas concepções de vida boa e projetos de vida feliz” (CORTINA, 2001, p. 137). Segundo Pizzi (2005, p. 283), a preocupação em defender esses mínimos morais, apesar das diferenças existentes entre os distintos grupos vem a representar uma “alternativa na superação do politeísmo axiológico e das formas de vidas particulares, potencializando uma convivência que alimenta desejos de justiça e igualdade entre todos”.

Contudo a ética dos mínimos é aquela que pertence à vida cotidiana, não como invenção de filósofos. O capital ético, portanto, também só pode ser descoberto como único recurso possível na vida cotidiana. Tal proposta, porém, corre o risco de ser mal interpretada:

Contrariamente ao que numa primeira e apressada interpretação poderemos ser levados a pensar, a ética de mínimos não é uma ética de “restos” ou *light*. Pelo contrário, os mínimos da ética de mínimos são mínimos exigíveis e exigentes, apresentando-se como uma resposta racional aos problemas de uma sociedade pluralista, caracterizada pela diversidade valorativa e cultural e pretendendo situar-se como alternativa à inevitabilidade do dilema entre o absolutismo de um código único e o relativismo que ameaça dissolver a moralidade (PIRES, 2013, p. 68).

Cortina (1997) compreende os mínimos como valores morais que dão consistência e são a própria essência de uma ética cívica, tais como a liberdade, justiça, solidariedade, honestidade, tolerância ativa, disponibilidade ao diálogo, respeito às demais pessoas e a si mesmo. Tais princípios se aplicam, na ótica de Cortina, a todas as sociedades concretas, isto é, a toda humanidade, por isso, são

universais. Segundo a autora, o cumprimento de valores mínimos morais garante o estabelecimento da justiça e serve de antídoto ao relativismo.

Esses princípios entram um conjunto de valores morais que são universais. Aqueles valores que exigimos a qualquer pessoa. Com isso o relativismo fica arruinado, porque temos aprendido ao longo dos séculos que qualquer ser humano, para sê-lo plenamente, deveria ser livre e aspirar à igualdade entre os homens, ser solidário e respeitar ativamente sua própria pessoa e às demais pessoas; trabalhar pela paz e pelo desenvolvimento dos povos; conservar o meio ambiente e entregá-lo às gerações futuras não pior que o recebeu; assumir a responsabilidade por aqueles que lhe foram confiados e estar disposto a resolver, através do diálogo, os problemas que possam surgir com aqueles que compartilham com ele o mundo e a vida (CORTINA, 1997, p. 63).

É neste sentido que, para Cortina (1994, p. 62), o moralmente justo é o que satisfaz a interesses universalizáveis, assim, a “justiça tem a ver, portanto, com o que é exigível no fenômeno moral e exigível de qualquer ser racional que queira pensar moralmente”. Para além do risco do relativismo, Cortina (1997) entende que uma vida sem esses valores mínimos é uma vida sem humanidade. É esta convicção que a leva a defender a ideia de que existem valores universalizáveis, de tal forma que todos devam executá-los. A autora alerta, no entanto, para um fato:

Isso não significa, de forma alguma, que uma pessoa servil, hipócrita ou mentirosa, por isso, deixe de ser uma pessoa. Melhor dizendo, significa que renunciou ao projeto da humanidade que os seres humanos temos descoberto, através dos séculos da história, como superior a outros, porque é aquele que melhor condiciona nosso mundo para torná-lo habitável e frutífero. Ao contrário, quem pretende apropriar-se desses valores e incorporá-los às suas atitudes diante da vida assume o projeto que estamos provando como o melhor (CORTINA, 1997, p. 47).

E se a humanidade contemporânea sabe discernir quais são os mínimos dignos de serem transmitidos a todos é porque, conforme Cortina (1986, p. 17), aprendemos “no fio da história, quais são os princípios, valores, atitudes e hábitos dos quais não podemos desistir sem, ao mesmo tempo, renunciar à própria humanidade”, entre erros e acertos.

É nesta ótica que os mínimos de justiça compartilháveis se referem à superioridade da liberdade sobre a escravidão; da igualdade frente à desigualdade; da solidariedade à falta de solidariedade, do diálogo frente à imposição e o respeito ativo frente à intolerância (CORTINA, 2007a).

O projeto de uma ética mínima proposto por Adela Cortina, contudo, por ser fundamentado na diversidade, não se limita a garantir apenas uma vida justa. Para a autora (1986), as pessoas devem ter o direito de ser felizes e, nesse sentido, é fundamental a distinção entre a ética de “mínimos” e a de “máximos”, também preconizada por Cortina e exposta no já mencionado livro “Ética Mínima”. Nessa obra, Cortina passa a utilizar as expressões “ética de mínimos” e “ética de máximos”, referindo-se à justiça e à felicidade respectivamente, porque, de acordo com a filósofa, o fenômeno moral possui duas faces: justiça e felicidade (CORTINA, 1986).

A autora considera que os mínimos morais (ou éticas de justiça) são aqueles deveres – já mencionados - de justiça exigíveis a qualquer ser racional, enquanto os máximos morais (éticas de felicidade) representam os distintos ideais de bem viver:

Afirmar que a moral cívica seja uma moral de mínimos significa que os cidadãos de uma sociedade moderna não compartilham determinados projetos de felicidade, vistos que tais projetos englobam distintos ideais de vida propostos por grupos também distintos, baseados numa concepção religiosa, agnóstica ou atea no mundo, que ninguém tem o direito de impor aos outros à força. Tais concepções, que propõem, cada qual ao seu modo, um modelo de vida feliz, constituem o que chamamos ‘ética de máximos’, que numa sociedade verdadeiramente moderna, são plurais, e é por isso que podemos falar em pluralismo moral (CORTINA, 1994, p. 66).

Em suma, conforme a autora compreende, uma sociedade pluralista é aquela em que convivem pessoas e grupos que têm diferentes propostas de éticas de máximos, que não podem ser impostas, porém, compartilhando mínimos exigíveis de justiça. O desafio de sociedades que desejem ser plurais e democráticas, de fato, está em descobrir o seu capital ético conjunto. E para encontrá-lo não se pode ter, como ponto de partida, nenhuma moral concreta de vida boa, porque seria impossível superar o monismo, como o modelo único (CORTINA, 2007a, p.13).

Segundo Pachón (2014), é possível compreender a ética cívica proposta por Adela Cortina como uma resposta à falta de acordo entre os fundamentos e os valores contemporâneos. A ética dos mínimos serve de proteção ao pluralismo e à diversidade contra o risco do relativismo temido pela filósofa. O que só será possível, sublinha o autor, se uma sociedade souber promover os máximos de felicidade que não estejam em desacordo como os mínimos de justiça, de tal forma que nenhuma ética de máximos possa “anular ou ignorar a ética mínima, porque os mínimos se alimentam dos máximos” (PACHÓN, 2014. p. 91).

O autor entende que isso não significa “atender primeiro aos mínimos e logo aos máximos, mas que há que se dirigir o olhar aos máximos para construir os mínimos” (PACHÓN, 2014, p. 92). Nesse processo, no entanto, os máximos devem ser purificados a partir dos mínimos, sem, contudo, haver uma separação entre ambos:

A ética dos mínimos tem, nesse sentido, uma clara prioridade sobre a qual se baseia a ética dos máximos. [...] porém não é possível separar ética cívica da ética máxima, pois a primeira, se distingue-se por alguma coisa, é justamente por respeitar todas as ofertas de vida feliz que façam dentro do espaço protegido pela ética mínima (PACHÓN, 2014, 92).

Seguindo uma linha de análise semelhante, referente à proposta de mínimos e máximos desenvolvida pela filósofa espanhola, Andrade (2006, p. 243) conclui que os distintos códigos morais “devem abrir um diálogo sobre um mínimo de coincidência entre eles, sobre um mínimo comum de valores que sejam defendidos por todos os códigos”. Para este autor, a universalidade diz respeito aos mínimos exigíveis a todos os códigos, ou seja,

[...] abaixo dos quais nenhum código moral pode estar, senão estaria abaixo da estatura moral que numa sociedade se determina como a mínima aceitável. Na verdade, a maioria das sociedades pluralistas já sabe quais são esses mínimos coincidentes (ANDRADE, 2006, p. 243).

Para García-Marzá (2019, p. 8), a distinção entre ética de máximos e de mínimos é uma das “contribuições mais importantes para entender como se pode falar de universalismo e cognitivismo em sociedades globais e plurais”.

Nesse sentido, Cortina está convicta de que uma sociedade que seja capaz de articular mínimos e máximos garantirá uma convivência pacífica, na qual existe respeito e tolerância para com as distintas concepções de mundo, indo além de uma simples coexistência (CORTINA, 1996a). Porém, como observa Martínez Navarro (2019), tais valores não podem ser confundidos com indiferença. O autor avalia que a reflexão ética das últimas décadas tem oferecido elementos muito importantes que esclarecem a distinção ao voltarem-se para o conceito de respeito ativo:

[...] o respeito como respeito ativo frente ao antiquado e obsoleto relato da mera tolerância, que em muitos casos se confunde com a indiferença, a

permissividade ilimitada e a falta de compromisso com outros valores básicos, como a igualdade e a solidariedade (MARTÍNEZ NAVARRO, 2019, p. 26).

Ou seja, existe uma diferença entre tolerância e “individualismo tolerante” (CORTINA, 2000b, p. 11). Cortina considera que uma tolerância que nasce do individualismo pode ser caracterizada como indiferença. Ademais, para Cortina, o sucesso das propostas de uma ética cívica, que prevê a coexistência pacífica entre éticas de máximos e éticas de mínimos, depende, essencialmente, que esteja clara, para os cidadãos uma distinção - comum em filosofia política - entre o justo e o bom. É fundamental que seja evidenciada a diferença entre opções de vida feliz, que são pessoais, e as exigências de justiça, que são interpessoais, intersubjetivas. Cortina entende que se o justo pode ser exigido, o mesmo não se aplica ao bom (CORTINA, 1994).

A filósofa distingue o que é opcional (pessoal) e o que é exigível (para todos). Em resumo, as pessoas podem se aconselhar umas às outras a respeito do que elas julgam ser o melhor no campo da felicidade, porém, a decisão deverá ser pessoal. Tal raciocínio, no entanto, não se aplica à justiça:

Porque quem diz o que é justo, não pode expressar apenas o que ele próprio pensa, precisa explicar muito porque os demais devem concordar com essa convicção. As exigências de justiça não são apenas pessoais, mas pretendem valer também de forma intersubjetiva. Quem as mantém deve estar aberto a um diálogo no qual, para defendê-los ou modificá-los, com argumentos, e não apenas argumentos, mas também outras formas de comunicação, como histórias de vida, testemunhos ou experiências. Descobrir esses elementos intersubjetivos na vida cotidiana exige tentar descobrir criativamente na coexistência comum e no diálogo o que já é compartilhado: uma ética intersubjetiva, capaz de articular a ética das máximas, porque questões de justiça exigem intersubjetividade, pretendem ultrapassar os limites do subjetivismo (CORTINA, 2007a, p.18).

Segundo a autora (2007a), para se chegar a esse entendimento, o primeiro aspecto a ser considerado é que as normas não são subjetivas, mas, sim, necessariamente intersubjetivas, portanto, não se trata de apenas expressar um ponto de vista. O que significa que não são os sujeitos que, de forma isolada, estabelecem suas normas, mas os sujeitos em relação. Cortina entende que a autonomia exige intersubjetividade:

Ainda que o elemento vital da moralidade continue a ser a autonomia das pessoas, tal autonomia não pode mais ser entendida como exercida por indivíduos isolados, mas como realizável através de diálogos intersubjetivos, tendentes a dilucidar o que seja melhor (CORTINA, 1986, p. 51).

A autora argumenta que as normas são essenciais para que organizemos nossa vida social e estão relacionadas à reciprocidade, por isso, são intersubjetivas. Elas são o lugar moral privilegiado para descobrir as intersubjetividades éticas. Porém, Cortina (2007a) adverte que as normas não são garantias de perfeição, sendo assim, nesse processo, é indispensável que se descubra se uma norma é justa, injusta ou até mesmo irrelevante do ponto de vista da justiça. E como descobrir se determinada norma é justa? Segundo a filósofa, é tarefa da ética determinar quais são os procedimentos que garantirão que uma norma é moralmente correta (CORTINA 1996b). O que não significa que as éticas procedimentais estejam autorizadas a decidir o que é justo e o que é injusto, “são os afetados pelas normas que devem tomar tais decisões na vida cotidiana” (CORTINA, 2007a, p. 21). A ética tem seus protagonistas: as pessoas. Cortina (2000b, p. 11) defende a ideia de que o mundo moral é feito “por pessoas da rua”. Ou seja, as pessoas comuns são as protagonistas, e não

[...] heróis legendários, tampouco exclusivamente os políticos, famosos dos meios de comunicação, celebridades do mundo da imagem, mas seus criadores são quantas pessoas – homens e mulheres – que se empenham a sério na tarefa, no fazer compartilhado, de construir um mundo mais humano (CORTINA, 2000b, p. 10).

Nesse sentido, compete à ética, como tarefa, tentar descobrir os procedimentos racionais que permitem decisões sobre a justiça das normas, mas sem imposições:

E, não por acaso, é isso que as sociedades pluralistas precisam: não que alguma instância concreta determine o que é bom *urbi et orbi*, mas descobrir os procedimentos racionais necessários para decidir conjuntamente o que é mais justo, deixando as pessoas afetadas a decidir o que elas consideram apropriado (CORTINA, 2007a, p. 21).

Seguindo essa concepção, Cortina (1996) relata ter encontrado na ética do discurso o procedimento racional para seu intento de descobrir os mínimos de justiça essenciais para a convivência entre os membros de uma sociedade plural.

O procedimento consistiria, segundo dita ética, em estabelecer um diálogo entre todos os afetados pela norma. Um diálogo que deveria celebrar-se em condições de simetria, e no qual, portanto, todos teriam possibilidade de intervir, replicar e defender os próprios interesses em igualdade de condições. Poderíamos dizer que a norma é correta quando todos os afetados, atuando com interlocutores no diálogo, cheguem à conclusão de que a norma lhes parece correta porque satisfaz interesses gerais (CORTINA, 1996b, p. 34).

A autora destaca que a condição é que exista o reconhecimento recíproco daqueles que se reconhecem como interlocutores de uma comunidade de falantes. Sem esse critério é impossível discernir quais normas são justas (CORTINA, 2007a).

Com tais referenciais, estavam lançadas as bases de uma ética dos mínimos, posterior ética cordial. A ética discursiva, no entanto, mesmo sendo uma coluna de sustentação da teoria de mínimos, possuía “limitações”, segundo relata a própria filósofa (CORTINA, 2007a, p. 20). Motivo que a leva, duas décadas após a divulgação de sua proposta inicial, a rerepresentá-la, porém, reformulada e com outro nome: *ethica cordis* ou razão cordial. A nova teoria nasce com a tarefa de

[...] superar as limitações de uma ética mínima procedimental, atualizando ao mesmo tempo sua abordagem em uma ética que já não é somente de razão procedimental, mas da razão humana íntegra, da razão cordial (CORTINA, 2007a, p. 32).

Para Pizzi (2005, p. 276), a “formulação ética de mínimos e ética de máximos representar a tentativa de fundamentar normas morais dentro de uma perspectiva discursiva”.

Uma das limitações às quais Adela se refere foi apontada pelo filósofo José Luiz Aranguren, no prólogo escrito por ele no livro da autora, *Ética Mínima*. Aranguren (1986) entendia haver uma ênfase muito forte na ética intersubjetiva em detrimento de uma ética do sujeito. Era, portanto, fundamental que existisse um equilíbrio de tal forma que junto à ética intersubjetiva houvesse um lugar para a ética intrassubjetiva (ARANGUREN, *in* CORTINA, 1986).

A autora relata que, na época em que reformulou sua teoria, a ética do sujeito encontrava-se abandonada, ao passo que a ética intersubjetiva estampava as manchetes da imprensa especializada em Filosofia. Fazia-se, desta forma, primordial retomar a atenção a uma “ética do sujeito, que se ocupa da forja de seu carácter com o ancestral objetivo de alcançar a felicidade” (CORTINA, 2007a, p. 23), conforme a

ética tradicional. Cortina percebeu ser preciso um retorno à tarefa que empreenderam os filósofos gregos de intentar forjar o *êthos* das pessoas. A palavra grega *êthos*, na qual se origina o termo ética, significa caráter. Segundo Aranguren (1972), *êthos* é o caráter impresso, cunhado na alma por hábitos. Nesta perspectiva é que se pode falar em forjar o caráter, concebido como:

[...] esse conjunto de predisposições, de hábitos, para agir de uma maneira ou de outra, que estamos forjando dia após dia, no momento da escolha. Não temos escolha a não ser forjar um, e é por isso que, desde a Grécia clássica, foi dito com razão que é melhor ser bom. Forjar um caráter ruim não é apenas imoral, mas também estúpido (CORTINA, 2007a, p. 23).

Dentro do horizonte da ética tradicional, com o qual Adela Cortina concorda, os hábitos que levam as pessoas a agirem bem são virtudes, excelências do caráter. Os que conduzem à má ação são os vícios. As virtudes ou excelências levam à felicidade; vícios, à desgraça. Definições que podem ser, por analogia, aplicadas a organizações e instituições (CORTINA, 2013). E, por conseguinte, também ao mundo *online*. Na esteira desse raciocínio, pode-se afirmar que pessoas forjadas para o bem, para as virtudes, agirão com excelência de caráter também na internet<sup>11</sup>.

Quanto aos aspectos limitantes da ética discursiva, é possível entender qual é o seu calcanhar de Aquiles, enquanto fundamento filosófico de uma ética cívica da vida cotidiana: trata-se, na avaliação de Cortina (2007a), de um procedimento muito vigoroso no nível argumentativo, porém, falho ao não se ocupar com questões como caráter, virtudes, valores e sentimentos.

Conforme a filósofa, este é um fenômeno típico tanto da ética formal (a kantiana) como da procedimental (ética do discurso) - por introduzirem “um bisturi, fazendo um corte na riqueza da vida moral, separando as normas dos valores” (CORTINA, 2007a, p. 196). Cortina (2007a) alerta que, com essa ruptura, sacrificam-se todos aqueles fatores humanos que vão além da argumentação. Tal corte, em sua avaliação, ocasiona uma perda do lado valorativo do fenômeno moral, restando unicamente as normas.

De acordo com Gonzáles-Esteban *et al* (2019), os criadores da ética do discurso enfatizaram somente as normas por entenderem que estas, sendo universalizáveis, constituem a expressão da racionalidade. Seguindo esse raciocínio,

---

<sup>11</sup> Retomaremos essa analogia no próximo capítulo desta dissertação, quando será abordado o tema “Educação para a cidadania cordial”.

o afastamento ocorre em decorrência da concepção de que valores podem introduzir subjetivismo à reflexão ética. Cortina (2007a), no entanto, ultrapassa essa noção ao declarar que, sem os valores, não é possível até mesmo que as pessoas se sintam atraídas pelas normas. E a filósofa vai além: sem capacidade de estimar o valor da justiça, nem mesmo importa que uma norma seja justa, e sem capacidade de estimar aos demais interlocutores como valiosos, a justiça das normas é irrelevante. Isto é, os valores perdem o sentido de existirem se desprovidos de sentimentos. Na avaliação de Pires (2013, p. 84), o que faz do pensamento de Cortina singular é justamente o fato de a filósofa conceber normas e os valores como indissociáveis, considerando que não é plausível que alguém fale sobre normas justas sem defender o valor da justiça.

Apesar da distinção promovida pela ética discursiva, García-Marzá (2019, p. 8) sublinha o fato de que normas e valores acabam por se encontrar necessariamente:

Como expectativas recíprocas de comportamento as normas encerram a perspectiva do diálogo do acordo possível, uma pretensão de validez que se encontra incrustada em nossa prática linguística, porém, não deixam de estar intrinsecamente relacionadas com sentimentos, emoções e valores necessários para seu sentido, de virtudes, boas práticas e instituições para sua realização.

Contudo, segundo este autor, são as normas que devem se submeter ao reconhecimento recíproco da igual dignidade das pessoas e não o contrário (GARCÍA-MARZÁ, 2019). Nesse contexto, Cortina entendeu que se fazia fundamental desvendar os elementos morais que dão encarnação humana a uma racionalidade procedimental. Fato que a leva, então, a desenvolver, paulatinamente, a dimensão cordial de uma ética mínima, propondo um reencontro entre normas e valores (CORTINA, 2007a).

Com este intuito, Cortina (2007b, 124) empenhou-se em mostrar que o vínculo comunicativo não conta apenas com uma dimensão argumentativa sobre o verdadeiro e o justo, mas conta também com uma razão cordial e compassiva, sem a qual não é possível a comunicação. Em decorrência desse processo de reformulação, Cortina incluiu a cordialidade como uma nova categoria da ética mínima, que se converteu em *ethica cordis*, em referência aos sentimentos, valores e às virtudes necessárias para que o bem finalmente aconteça (PACHÓN, 2015).

Os editores do livro *Ética y Democracia, desde la razón cordial* apontam, na introdução dessa obra, que a nova proposta filosófica de Cortina tem dois referentes de forma revisada: a ideia de justiça na ética do discurso, e a virtude da prudência aristotélica (GONZÁLES-ESTEBAN *et al*, 2019). Na concepção de García-Marzá, um dos autores que contribuem com a referida obra, a partir das ideias de Adela Cortina se tornou possível falar em “uma renovada ética do discurso” (GARCÍA-MARZÁ, 2019, p. 7).

Pires (2013), que é uma estudiosa da obra de Adela Cortina, chama a atenção para o fato de o pensamento da filósofa expressar uma articulação entre justiça e cuidado, fundamentada numa racionalidade comunicativa, mas que é também cordial, e é essa articulação que leva Cortina a superar as limitações de uma ética mínima procedimental,

mostrando que o fundamento da moralidade se encontra não na subjetividade, mas na linguagem, ou seja, na capacidade argumentativa. Defende, igualmente, que esta não é só formal, mas também *cordial*. Trata-se agora, de introduzir uma nova noção, a de intersubjetividade e também de mostrar que a razão não é *pura*, mas imbuída da capacidade de *estimar*. Uma racionalidade afetiva, capaz de manter no horizonte a utopia da justiça, e que tem, como sustentáculo, o reconhecimento recíproco (PIRES, 2013, p. 16).

A teoria da razão cordial foi apresentada pela autora em 2007, com a publicação do livro *Ética de la razón cordial, educar em la ciudadanía en siglo XXI*, quando já havia se passado vinte anos desde o lançamento de “Ética Mínima”. Segundo Pires (2013), se em *Ética Mínima*, publicada em 1986, Cortina ocupou-se em aclarar os princípios éticos mínimos possibilitantes de uma vida em conjunto numa sociedade pluralista, com a ética da razão cordial, a filósofa tenta:

[...] dar resposta a alterações na situação espanhola e internacional, tendo como referência os seguintes aspetos: ausência de alternativas ao sistema capitalista, globalização, multiculturalismo, introdução de novos temas em ética como seja a questão económica ou a dos animais (PIRES, 2013, p. 51).

Na continuidade deste estudo, apresentaremos os principais aspectos de sua nova teoria. Trata-se de um tópico constitutivo imprescindível desta dissertação, já que será com base nos pressupostos da razão cordial que buscaremos entender e avaliar a oferta de cursos livres *online* sobre educação.

### 2.3 Fundamentos da razão cordial

Para Pascal, aos seres humanos, a verdade é acessível tanto pela razão como pelo coração. A esse célebre pensamento, Cortina acrescenta o argumento de que é pelo coração, também, que se pode conhecer a justiça. Ou seja, para a *ethica cordis*, “verdade e justiça são acessíveis não apenas pela razão, mas pelo coração” (CORTINA, 2007a, p.191). O coração, no sentido assumido pela ética da razão, como indica a raiz latina (*cor-cordis*), significa afeto; porém, também:

[...] inteligência, talento, espírito, inclusive, estômago, porque há que se ter estômago, e muito, para ser justo, é o que leva a sair de si mesmo para mirar nos horizontes do mundo e ver se há algo nele que resolve a angústia e a tragédia da existência humana (CORTINA, 2007a, p. 191).

Com base nesta compreensão é possível observar, então, que a ética cordial, preconizada por Cortina, não se reduz a simples sentimentalismo, porque o coração não é um “um sentimento cego, sem fundamento, nem é oposto à razão cartesiana, mas amplia o campo da realidade fazendo possível um conhecimento impossível sem ele” (CORTINA, 2007a, p.192). O estranhamento que a proposta da *ethica cordis* possa causar, segundo a análise da própria autora, deve-se ao fato que, na tradição ocidental, a razão cordial fica na penumbra diante de uma razão produtiva, ocupada em otimizar recursos e resultados (CORTINA, 2007a). No entanto, sublinha a filósofa, “há razões do coração que a razão geométrica e a produtiva desconhecem, porque para chegar até elas é preciso pôr em jogo a pessoa em sua integridade” (CORTINA, 2007, p.193).

No horizonte da justiça, na ótica de Adela Cortina (2007a), sem o sentimento de indignação, as injustiças podem se tornar imperceptíveis. Ademais, os seres humanos também não serão capazes de captar as injustiças se não forem capazes de degustar os valores, como justiça e liberdade. Na razão cordial, para distinguir-se entre o justo e o injusto, as virtudes são imprescindíveis.

Apesar da incorporação do conceito de cordialidade a uma ética cívica, Cortina (2007a) não declara um rompimento com a ética dialógica, mas uma superação desta. À dimensão argumentativa do vínculo comunicativo soma-se uma dimensão

cordial e compassiva, sem a qual, a filósofa entende ser impossível haver comunicação.

É a capacidade de estimar que fica de fora da ética do diálogo, e, isto, para Cortina, junto à capacidade comunicativa e a autonomia, é o que sustenta e fundamenta a obrigação moral. Assim, a razão cordial nada mais é do que a capacidade de estimar, a valorização das coisas, a atração de alguns e a rejeição de outros. A ética cordial trata de superar as limitações da ética mínima e sair, com isso, de uma espécie de provincialismo ético que considera a razão quase exclusiva enquanto ferramenta e procedimento. Com a razão cordial, atende-se à constituição integral do ser humano, atende-se, poderíamos dizer, ao coração das razões da obrigação moral (PACHÓN, 2014, p. 93).

Os interlocutores devem estar dispostos a reconhecer o melhor argumento não apenas pela sua lógica interna, mas por reconhecer como bons os argumentos que pareçam satisfazer a interesses universais. E, segundo tal raciocínio, se é certo que sem uma bagagem argumentativa é impossível descobrir quais normas são mais justas, da mesma forma, é impossível sem a capacidade de estimar valor, sem um sentir comum, sem experiência da narrativa, sem uma decidida vontade de justiça. Para a autora, é preciso construir a própria identidade moral, desenvolver a capacidade de reconhecer o outro em sua alteridade, por meio de um caráter forjado dia a dia para tentar descobrir o melhor argumento (CORTINA, 2007a).

Porém, é imperativo que exista um profundo senso de compaixão, o qual brota do reconhecimento recíproco entre aqueles que se veem, “não apenas como interlocutores válidos, mas carne da mesma carne e osso do mesmo osso” (CORTINA, 2007a, p. 196). A autora complementa, afirmando que a razão humana “perde o norte se não alicerça as suas raízes no sentimento” (CORTINA, 2008, p. 25).

Na ótica defendida pela filósofa, a razão, para ser integralmente humana, deverá incluir a compaixão e ser solidária. E é por isso que um novo elemento é incorporado à teoria dos mínimos na busca por uma sociedade plural: a compaixão (CORTINA, 2007a).

O sentimento de compaixão é, para Adela Cortina, o “motor do sentido de justiça, que procura e encontra argumentos para construir um mundo à altura do que merecem os humanos, é o vínculo compassivo que brota do mais profundo do coração” (2007a, p. 190). Se os seres humanos protagonizaram e ainda protagonizam eventos que mancham sua história, a culpa, na avaliação de Cortina, é da “cegueira emocional que faz com que os indivíduos percam o sentido da compaixão. Atrofiam

suas capacidades de padecer com outros suas dores e desfrutar com eles suas alegrias” (CORTINA, 2007a, p. 194). Cortina entende que, sem o coração, sem o sentimento de compaixão, o sofrimento alheio não apenas pode tornar-se invisível, como existe o risco de as pessoas ficarem indiferentes ao mal.

Hannah Arendt falou da "banalidade do mal" ao se referir aos campos de concentração, mas talvez nesse e nos outros casos seria necessário falar dessa falta de compaixão, da ausência da capacidade de sofrer e se alegrar com os outros, que brota do vínculo compassivo. A compaixão é, então, o motor deste sentido de justiça que busca e encontra argumentos para construir um mundo que vive de acordo com o que os seres humanos merecem. O mal é banalizado, sem dúvida, mas para chegar a esse ponto, você precisa de um terreno fértil para a ausência de *kardia*, a ausência do coração (2007a, p. 125).

Desta forma, não é possível entender a proposta de Adela Cortina ignorando a articulação entre justiça e compaixão; ambas são chaves de leitura da *ethica cordis*.

Uma razão que nada diga sobre a fome, a violência, o sofrimento, a tortura, será uma razão ‘diminuída’. Piedade, compaixão e esperança são, a partir de agora, dimensões da razão, se esta se pretende verdadeiramente humana. Segundo Adela Cortina, a razão não pode consentir em si o absurdo, o logicamente contraditório, a saber, que a injustiça seja a última palavra (PIRES, 2013, p. 171).

De acordo com Pires (2013, p. 171), em Cortina, uma razão *sentiente* procura o universal, mas está atenta às situações particulares e aos contextos:

Assim, no pensamento cortiniano, a razão é comunicativa e exercício de intersubjetividade (para além de Kant), inclui o coração, é *cordis* (para além de Apel e Habermas), pois somos consciência e linguagem, mas também somos emoções e afetos, isto é, nós, seres humanos.”

Para Pachón (2015), a teoria da razão cordial se encarrega de mostrar que o vínculo comunicativo vai além da dimensão argumentativa da razão discursiva, ao acrescentar-lhe uma dimensão cordial, que evidencia que é possível estimar valores e compadecer-se.

Com isso, o que estamos inferindo é que a verdade e a justiça se conhecem também, além da razão argumentativa, pela razão cordial que, para Cortina foi relegada em favor da primeira. Se alinha, assim, nossa autora com as teorias

que consideram a inteligência humana como uma realidade complexa na qual se integram todos os afetos (PACHÓN, 2015, p. 403).

É neste ponto que, na análise de Pires (2013, p. 172), reside a novidade do pensamento de Adela Cortina, que “incorporando uma tradição deontológica e dialógica, vai superá-la com a incorporação do elemento *cordis*, que se torna decisivo na sua proposta de ética que articula justiça e cuidado”.

Ocorre, no entanto que o entendimento do que seja compaixão possa seja desvirtuado, o que pode esvaziar seu sentido. Na avaliação de Cortina (2007a), embora tenha grande força, este é interpretado erroneamente como o sentimento de alguém em situação superior a quem está em situação inferior:

A compaixão é o sentimento que urge em preocupar-se com a justiça. Não como condescendência, como magnanimidade do forte que tem pena do débil, mas como capacidade de compadecer-se no sofrimento e o gozo de quem se reconhece reciprocamente como carne da mesma carne e osso do mesmo osso. Descobrir o vínculo, a *ligatio*, leva a *ob-ligatio*, mais originária do que o dever, de com-padecer com o sofrimento e o gozo (CORTINA, 2007a, p. 215).

Isto é, a compaixão não pode ser reduzida a um sentimento de piedade por quem está em situação desfavorecida. Para a autora, este sentimento significa sofrer com quem sofre e alegrar-se com quem está alegre, porque “do vínculo compassivo brota a capacidade de sofrer e regozijar-se com os outros” (CORTINA, 2007a, p.215).

Cortina adverte, porém, que não basta sentir algo com alguém, porque o reconhecimento cordial é reconhecimento compassivo e é ação também, que pressupõe a capacidade de captar sentimentos dos outros e estar disposto a trabalhar por eles” (CORTINA, 2007a, p. 201). Dessa forma, a ética cordial é assumir um compromisso com outro e consigo mesmo.

Para a filósofa, os sentimentos de compaixão e indignação são vias de acesso à justiça, condições inseparáveis da ação comunicativa onde se delibera sobre as normas justas. Estes sentimentos mostram, também, que o mundo da ética é o da intersubjetividade e o da intrasubjetividade: a humanidade de cada um constitui-se pelo reconhecimento recíproco, pelo diálogo com os outros e consigo próprio (PIRES, 2013, p. 218).

No reconhecimento recíproco, também se admite que as pessoas têm dignidade e não preço. Segundo a filósofa, há exigências que surgem no núcleo do

reconhecimento cordial que vêm a ser os princípios da *ethica cordis*, os quais fundamentam-se na dignidade do ser humano e que implicam em:

[...] não instrumentalizá-lo nem lhe causar dano; empoderá-lo na medida do possível, sempre que isso não suponha causar danos a outros; estruturar de tal modo as instituições e organizações sociais para que possa participar de seus benefícios de forma equitativa, tendo como referência os interesses universalizáveis; tomar as decisões tendo conta dialogicamente aos afetados pelas normas de justiça (CORTINA, 2007a, p. 223)<sup>12</sup>.

Em relação à proposta desta dissertação, de analisar o fenômeno da oferta de cursos livres *online* à luz dos princípios da razão cordial, podemos afirmar que estes podem ser aplicados também ao mundo virtual. O que significa que, também nas relações estabelecidas na *WEB*, os sujeitos deverão ter em mente que as pessoas não são meios e sim fins; que todos têm dignidade e não preço.

Aos que disponibilizam seus conhecimentos de forma virtual, a motivação primária deverá ser empoderamento das suas capacidades de quem adquire seus materiais e não a instrumentalização das pessoas. Entendemos que os princípios constitutivos da *ethica cordis*, aplicados ao *e-learning*, poderão contribuir para o desenvolvimento das pessoas, se tiverem como principal motivação a capacitação e empoderamento delas. Contudo, se as plataformas digitais que oferecem esse método de aprendizagem ignorarem os princípios de uma ética cívica, capaz de articular justiça e cuidado, importando-se apenas com o lucro financeiro, estarão desrespeitando a dignidade humana, base de uma razão cordial. Seguindo essa linha de raciocínio, defendemos a ideia de que a razão cordial pode ser uma ética apropriada para o aprimoramento do mundo virtual, por este ser habitado por homens, mulheres, adolescentes e crianças, ou nas palavras de Cortina pessoas “de carne e osso” (CORTINA, 2007a, p. 191).

Do que foi visto até aqui, uma dúvida se apresenta de forma inevitável: é possível atingir tão elevado nível ético tanto no mundo físico como virtual? A resposta de Adela Cortina (2007a) é afirmativa, desde que as pessoas sejam preparadas para isso. Cortina compreende que a predisposição para agir bem não se improvisa e que, portanto, é indispensável forjar nos indivíduos um caráter disposto à ética cordial:

---

<sup>12</sup> Os princípios da *ethica cordis* serão desenvolvidos no próximo capítulo da dissertação que versará sobre educação para a cidadania cordial.

A vida humana consiste, ao fim das contas, em um processo de educação, pelo qual vai forjando-se em sucessivas eleições inteligentes o caráter mais desejável. Nessa forja entram a inteligência e o sentimento, a lógica do coração, que se expressa no reconhecimento compassivo, lado insubornável do vínculo comunicativo (CORTINA, 2007a, p. 213).

Nesse sentido, Modzelewski (2019) destaca uma forte convicção de Adela Cortina: os valores devem ser degustados, e para isso devem ser ensinados, porque

[...] os princípios de uma ética mínima, dialógica, não são convincentes como um algoritmo; sua efetivação depende da motivação dos cidadãos e, por isso, a educação deve desenvolver, nas palavras de Adela Cortina, a degustação dos valores (MODZELEWSKI, 2019, p. 117).

A ideia de que é vital forjar o caráter dos cidadãos para o bem (CORTINA, 2007a) e de que as pessoas devem ser educadas para uma ética civil é um dos pilares do pensamento de Adela Cortina. Sendo assim, podemos afirmar que não é possível dissociar a ética cordial da educação. O fato é evidenciado no subtítulo do livro no qual Cortina lança sua nova teoria: “Ética da razão cordial. Educar para a cidadania no século XXI”. É por isso que, a fim de cumprirmos o objetivo de investigar a relação entre a razão cordial e o fenômeno da oferta de cursos livres *online*, na continuidade desta dissertação, iremos tratar sobre o tema “educação para a cidadania cordial” na perspectiva de Adela Cortina.

### 3 EDUCAR PARA UMA ÉTICA CÍVICA CORDIAL

Ao acrescentar a cordialidade como novo elemento à ética cívica, Adela Cortina passa a defender uma noção de uma ética *civis* e *cordis* (PIRES, 2013). A ética cívica cordial é a ética do cidadão, da sociedade civil - fundamentalmente, uma ética da justiça dos mínimos, assim, a essência de uma moral cívica é ser uma moral mínima<sup>13</sup> (CORTINA, 2000b). Cidadãos, organizações e instituições deverão ter um *êthos* forjado a fim de construir juntos uma sociedade justa e compassiva. Para tanto, é imprescindível que os sujeitos aprendam a degustar os valores que constituem a ética cívica cordial. Nesse sentido, a educação torna-se essencial, enquanto tarefa a ser assumida pelo conjunto da sociedade, como abordaremos neste capítulo, mediante os tópicos: a) Educação para habilidades técnicas e sociais versus a educação moral; b) A forja de uma ética cívica cordial a partir do caráter dos indivíduos; c) A razão cordial como fundamento da educação.

#### 3.1 Educação para habilidades técnicas e sociais versus a educação moral

Para o estabelecimento de uma vigorosa ética cívica cordial, tal como concebida por Adela Cortina (2007a), é indispensável o cultivo e a transmissão de valores constitutivos do núcleo dessa ética, tais como liberdade, igualdade, solidariedade, tolerância, respeito ativo e diálogo. Contudo, tal processo não se dará por meio da imposição, mas da degustação, envolvendo “os cidadãos de maneira que se sintam inclinados sensivelmente a sua realização” (MODZELEWSKI, 2019, p. 117). Trata-se de uma tarefa a ser assumida pela sociedade em seu conjunto: escola, família, distintos grupos sociais e os meios de comunicação. Todos deverão estar empenhados no estabelecimento e na transmissão – sobretudo às gerações mais jovens - dos mínimos de justiça. Isto não significa que Cortina julgue que os

---

<sup>13</sup> Desta forma, nesta dissertação, quando for mencionada a expressão “ética cívica”, estamos nos referindo à ética dos mínimos como preconizada por Adela Cortina e como apresentada no capítulo anterior, isto é, na perspectiva da teoria da razão cordial.

adultos não precisem da educação moral, mas a seu ver, a infância e a adolescência deverão receber mais atenção por se constituírem em um momento nuclear da aprendizagem (CORTINA, 2000b). Inclusive, para Cortina, um bom meio de se conhecer o grau de apreço que uma sociedade tem pela moral consiste em observar o interesse que se toma por transmiti-la através da educação (CORTINA, 2000b). Por isso, é preciso que a sociedade faça uma autocrítica para avaliar se esta é, efetivamente, uma prioridade sua:

Em uma civilização como a nossa, em que a luta pela vida só permite sobreviver os técnica e socialmente destros, é uma pergunta anterior a toda outra no terreno da educação moral, a de se cremos seriamente que vale a pena, apesar de tudo, ensinar a apreciar aqueles valores pelos quais pareceu lutar a modernidade: entendidos como autonomia, igualdade, solidariedade ou a imparcialidade (CORTINA, 1993, p. 212).

Seguindo nessa linha de raciocínio, a filósofa observa que o problema moral que ocupava a mente dos filósofos da antiguidade ocidental, sobre a possibilidade ou não de ensinar-se a virtude (alguém pode ser ensinado a ser justo, bom, honrado?) passou por uma mutação na atualidade. Agora a questão que parece prevalecer é: “vale a pena ensinar a virtude?” (CORTINA, 2000b, p. 17). Tal metamorfose, em sua concepção, ocorre porque o progresso técnico e sua crescente complexidade tem levado pais e formuladores de políticas de educação a se convencerem de que é melhor transmitir aos jovens quantas habilidades técnicas sejam capazes de assimilar para poder "defenderem-se na vida" (CORTINA, 2000b, p. 21) e alcançar um alto nível de bem-estar. Um projeto, em sua opinião, falho:

Um indivíduo que só domina habilidades técnicas e carece de humanidade suficiente para saber situar-se na história, como para apreciar a criação artística, para refletir sobre sua vida pessoal e social, para assumi-la com coragem, é, como diz Ortega, esse homem massa, totalmente incapaz de desenhar projetos de futuro, e que sempre corre o risco de deixar-se domesticar (CORTINA, 2000b, p. 21).

Cortina entende que o homem massa é fruto de uma sociedade na qual os indivíduos se encontram cada vez mais atomizados, indiferentes entre si e mais obcecados pelo afã de consumir. Em tal situação, correm o risco de se deixarem guiar por qualquer pessoa proeminente ou com capacidade de persuasão bem como por qualquer forte ideologia (CORTINA, 2000b, p. 12). Somente por meio da

educação moral é possível que as pessoas identifiquem e saiam dessa condição. Entretanto, Cortina julga existir uma sensação de impotência da parte daqueles que têm a tarefa de educar:

Ultimamente, os educadores – pais e professores -, sentem-se particularmente impotentes para transmitir valores e conhecimentos em um ambiente de desinteresse generalizado, de alto grau de violência em vários setores, de difícil conexão com os alunos e filhos, que parecem ter projetos vitais tão diferentes dos seus ou até mesmo nenhum (CORTINA, 2007a, p. 248).

A ausência de uma educação em valores é vista por Calandín (2019) como uma das causas de uma desmoralização educativa que caracteriza o momento atual. Para o autor, a noção – equivocada – de que as questões morais pertencem ao âmbito privado está fomentando um politeísmo axiológico, que consiste em que cada um tenha seus próprios valores sem que seja possível uma mediação racional. Um dos motivos dessa rejeição, em sua concepção, é a crença errônea de que a educação em valores conduzirá à doutrinação ou a formas doentias de autoritarismo:

Pretender uma educação livre de valores não conduz a uma maior liberdade, mas muito mais, ao contrário, acaba por confundir a liberdade com fazer o que cada tenha vontade. Inclusive, a mera instrução, que certo positivismo ou naturalismo preconiza, já é uma forma de marcar em certo sentido as condutas. Privar os educandos de uma reflexão ética acerca dos valores que se fomentam e exaltar um presumível ensino asséptico (livre de valores) é negar-lhes a capacidade de formar-se e contribuir ao pleno desenvolvimento de sua personalidade (CALADÍN, 2019, p. 113).

Esse desequilíbrio entre a transmissão de habilidades técnicas e educação moral, recriminado tanto por Cortina como por Calandín, não é um fato exclusivo do mundo contemporâneo imerso em tecnologia. Já na época da primeira revolução industrial, Rousseau (1712-1778) censurou o fato de os homens estarem deixando de observar o significado da virtude para pensar apenas no que poderiam produzir (ROUSSEAU, 1997). Dionísio Neto (2003) avalia que, mediante tal julgamento, Rousseau se apresentava como o primeiro crítico à modernidade. Recordemos que, naquele momento histórico, a Revolução Industrial, ocorrida na Europa, estava gerando profundas transformações econômicas e sociais. A visão pessimista de Rousseau entrou em choque com o espírito dos filósofos do Iluminismo do século

XVIII, os quais acreditavam que a humanidade caminhava para uma era da felicidade universal graças ao progresso (COMPARATO, 2006).

No livro “Emílio” (1762), considerado o marco da pedagogia moderna (GADOTTI, 2003; MANACORDA, 1992; SUCHODOLSKI, 2000), Rousseau apresentou seu projeto, pleiteando uma educação do homem inteiro - sentimentos e razão, como um dos pilares da nova estrutura social, a qual foi proposta em seu contrato social. Desta forma, a verdadeira educação, em Rousseau, é de cunho moral e não técnico, porque o filósofo se preocupava com o desenvolvimento harmônico de todas as qualidades humanas. Em sua concepção, a mera instrução cuida dos meios ou instrumentos, e, ao ser desviada de sua finalidade maior, pode criar autômatos e súditos, nunca cidadãos livres (COMPARATO, 2006, p. 241).

Tema que, posteriormente, ocupou também a reflexão de Kant (1724-1804). Para Kant, o ser humano não nasce moral, mas torna-se moral por meio da educação (SILVA, 2007, p. 33). Por ser a única criatura que precisa ser educada, não é nem mesmo possível que o ser humano se humanize verdadeiramente senão por meio da educação, posto que ele é aquilo que a educação o faz ser (KANT, 1996, p. 441). O fato de pais se preocuparem mais por tornar seus filhos destros tecnicamente, ao invés de incentivá-los à educação moral, “como valorização dos fins últimos” (CORTINA, 2013, p. 9) também foi alvo da crítica de Kant:

Como não sabemos na primeira juventude quais os fins que se nos depararão na vida, os pais procuram sobretudo mandar ensinar aos filhos muitas coisas e tratam de lhes transmitir a destreza no uso dos meios para toda a sorte de fins, de nenhum dos quais podem saber se de futuro se transformará realmente numa intenção do seu educando, sendo entretanto possível que venha a ter qualquer deles; e este cuidado é tão grande que por ele descumram ordinariamente a tarefa de formar e corrigir o juízo dos filhos sobre o valor das coisas que poderão vir a eleger como fins (KANT, 1996, p. 441).

A educação moral, para Kant, é aquela que diz respeito à constituição da cultura humana, à formação da personalidade do aluno para que ele possa viver como um ser livre entre seres também livres, como membro da sociedade, da comunidade humana (SILVA, 2007, p. 38).

Os modelos de educação de cunho moral e natureza técnica, embora não sejam excludentes entre si, são distintos, conforme apontam Adela Cortina e Martínez Navarro (1996, p. 48): o fim da técnica é a produção de bens úteis e belos; o da moral é a ação boa por si mesma. Desta forma, uma coisa é agir eficazmente e

outra agir moralmente bem. Normas técnicas têm por meta gerar bens particulares e as morais apontam para a consecução do maior bem prático possível para o ser humano. Nesse contexto, o conhecimento técnico torna as pessoas hábeis no manejo de meios para alcançar fins particulares, porém, as normas morais orientam ações em vista de um fim último e supremo. A execução das prescrições técnicas está condicionada ao que a pessoa deve fazer para obter algo, enquanto as normas morais expressam uma orientação da conduta que deve ser seguida mesmo que o resultado não seja o desejado pelo agente moral.

Tais distinções devem ser observadas, porque por mais que o desenvolvimento de habilidades técnicas e sociais seja necessário e deva ocupar a mente dos educadores, não é capaz de garantir, por si só, que uma sociedade seja autenticamente democrática, já que “a moral democrática exige a formação de pessoas autônomas, que além dos desejos de autorrealização tenham a capacidade para a interação solidária” (CORTINA; MARTÍNEZ, 1996 p. 177) a qual a educação técnica por si só não consegue abarcar.

Cortina avalia que nos sistemas educativos que ignoram a educação de cunho moral, priorizando a transmissão de destrezas técnicas, “o triunfo da razão instrumental, que Adorno e Horkheimer detectaram, parece ser um fato indiscutível” (CORTINA, 1993, p. 210). A razão instrumental, segundo juízo feito pelos autores supracitados, ocorre quando a técnica passa a ser a essência do esclarecimento (iluminismo). Com o objetivo de transformar o desconhecido e dominar a natureza a seu favor, o sujeito converte o seu conhecimento em domínio e controle da natureza e dos seres humanos. A ciência, nos paradigmas da razão instrumental, torna-se um instrumento de poder, exploração e dominação (ADORNO; HORKHEIMER, 2014).

Segundo Reale e Antiseri (2006), a razão é pura razão instrumental quando é inteiramente incapaz de fundamentar ou propor em discussão os objetivos e finalidades com que os homens orientam suas próprias vidas. Essa forma de razão “só pode identificar, construir e aperfeiçoar os instrumentos ou meios adequados para alcançar fins estabelecidos e controlados pelo sistema” (REALE; ANTISERI, 2006, p. 474). A razão instrumental representa, desta forma, uma ameaça à dignidade humana, já que o próprio indivíduo perde o seu valor.

O aumento da produtividade econômica, que por um lado produz as condições para um mundo mais justo, confere por outro lado ao aparelho

técnico e aos grupos sociais que o controlam uma superioridade imensa sobre o resto da população. O indivíduo se vê completamente anulado em face dos poderes econômicos (ADORNO; HORKHEIMER Zahar, Rio de Janeiro, 2014, p. 13).

Outro aspecto a ser considerado é que, frente às inovações tecnológicas, existe uma constante pressão por parte do mercado de trabalho, que exige uma permanente atualização das competências profissionais. Uma tendência em ascensão, a qual atinge frontalmente o universo da educação: Segundo uma estimativa apresentada no relatório do *World Economic Forum*, o Fórum Econômico Mundial (2016, p. 8), 65% das crianças que ingressam na escola, hoje, em países industrializados, acabarão por trabalhar em tipos de emprego completamente novos que ainda nem existem. Projeções que caracterizam a denominada era da “Quarta Revolução Industrial” e desafiam a tarefa educativa, dada a grande instabilidade. Pais e educadores se veem diante da tarefa de educar as crianças sem poder presumir para que tipo de emprego exatamente as estão preparando.

Adela Cortina crê que, embora as crianças que habitam os centros educacionais atuais sigam rumo a um futuro de incerteza, é para este futuro que elas devem ser preparadas, não por causa da pressão mercadológica, mas para que o tornem melhor (CORTINA, 2007a). Nesse sentido, a educação, para cumprir seu papel, deve contribuir para a forja do caráter das crianças, a fim de que se tornem cidadãos com autonomia para participar das decisões a respeito de seu futuro.

### 3.2 A forja de uma ética cívica cordial a partir do caráter dos indivíduos

Para Aristóteles, a virtude moral é uma arte que necessita de treinamento a fim de se tornar um hábito. Em seu livro *Ética para Nicômaco* (1991), Aristóteles afirma que somos aquilo que fazemos repetidas vezes, assim, a virtude só se manifesta a partir da escolha e da prática. O sujeito que continuamente pratica bons atos acaba por incorporar em sua vida as virtudes; por exemplo, o que pratica atos justos, terá a virtude da justiça. Desse modo, o exercício de ações virtuosas engendra a disposição de caráter ou uma segunda natureza (ARISTÓTELES, 1991).

O pensamento de Adela Cortina converge para esta direção: ela também defende a ideia de que as virtudes devem ser eleitas e praticadas, tanto que esse pressuposto está presente em diferentes obras suas. Para que possamos ter clareza do motivo, julgamos oportuno apresentar qual conceito de ética está na base de sua reflexão. Cortina (2000a) concebe a ética na perspectiva de um tipo de saber que orienta à ação racional, isto é, um saber prático, “encarnado” na realidade.

não apenas em um determinado momento, como para fabricar um objeto ou atingir certo efeito, como ocorre com outro tipo de conhecimento - o conhecimento técnico -, mas para agir racionalmente em toda a vida, tirando o máximo possível dela, pois que é necessário saber organizar as metas de nossa vida de forma inteligente (CORTINA, 2000a, p. 17).

A ética é um saber ambicioso, segundo Cortina (2000a), porque pretende fornecer diretrizes para que possamos agir racionalmente, ou seja, ensinar como devemos guiar nossa conduta de uma forma racional, a fim de que tomemos decisões prudentes e moralmente justas ao longo de toda a vida. E “é precisamente chamada de ética porque tomar tais decisões requer o cultivo de predisposições para tomá-las até tornar-se um hábito” (CORTINA, 2003, p. 18). Conseqüentemente, a pessoa que age racionalmente é aquela que pensa bem antes para tomar uma decisão a fim de fazer a escolha mais adequada e agir de acordo com o que elegeu ser o melhor:

É por isso que a ética convida, desde suas origens, na Grécia, a construir um bom caráter, para fazer boas escolhas, como o significado etimológico do termo ‘ética’. Na verdade, a palavra ‘ética’ vem do termo grego *êthos*, que significa fundamentalmente ‘caráter’ ou ‘modo de ser’. O caráter que um homem tem é decisivo para sua vida porque, embora os fatores externos o condicionam em um sentido ou outro, o caráter que assume é o centro de decisão final (CORTINA, 2000a, p. 18).

Os termos ética e moral têm a mesma origem etimológica e no dia a dia acabam sendo usados como sinônimos. O termo moral procede do latim *mores*, no sentido de costume e com o tempo passou a significar modo de ser, caráter. Portanto, as duas palavras têm um sentido quase idêntico,

por isso que na vida cotidiana falamos indistintamente de valores morais - valores éticos ou normas morais - normas éticas. Em ambos os casos,

estamos nos referindo a valores e normas do que podemos nos apropriar ativamente ou que podemos rejeitar, porque a moral e a ética sempre nos remetem a valores, atitudes ou normas que podemos escolher, podemos nos apropriar (CORTINA, 2000a, p.18).

Se o *páthos* – palavra também de origem grega, que significa temperamento e se refere àqueles sentimentos e atitudes com os quais se nasce - não pode ser escolhido, o *éthos* pode, observa Cortina (2000a). Ou seja, ninguém pode eleger sua constituição genética, psicológica ou contexto social em que nasce, mas todos podem forjar o caráter, assim

A ética é, então, em um primeiro sentido, o tipo de conhecimento que orientar-nos na formação do caráter, para que, estando bem atentos de quais elementos não está em nosso poder modificar, vamos transformar aqueles que podem ser modificados, alcançando um bom caráter, que nos permite fazer boas escolhas e tomar decisões sábias (CORTINA, 2000a, p. 19).

É nesse sentido que Cortina, ao referir-se à ética ou moral, está falando da forja do *éthos*, do caráter, como o conjunto de predisposições a atuar-se em um ou outro sentido: bem ou mal.

Aos hábitos dirigidos a eleger o bem se chama no mundo grego ‘aretai’, excelências de caráter, porque não se alcançam às metas com medíocres, mas com pessoas excelentes. No mundo latino são conhecidas como virtudes e são essenciais para uma boa vida pessoal e social. Tendo em mente que as pessoas, organizações ou instituições não têm alternativa a não ser construir um caráter, o mais inteligente é cultivar um caráter que ajude a alcançar bons objetivos pessoais e compartilhados (CORTINA, 2020a, p. 171).

Cortina (2020a) pondera que a vida humana é *quehacer* (*afazer*) e o *quehacer* ético é um *quehacerse*, fazer-se a si mesmo a partir das opções a determinados valores em situações concretas. Dessarte, no “jogo da ética”, é preciso que se tenha um bom objetivo, a sabedoria de cultivar as excelências que permitam alcançá-lo, a “necessidade de encarnar aqueles valores positivos que condicionam essa esfera social, tornando-a habitável, e as normas morais (não apenas legais) que devem ser seguidas” (CORTINA, 2020a, p.171).

Quando Cortina usa a palavra “excelência”, não está se referindo à promoção da competitividade ou à ação com vistas ao mercado de trabalho, mas expressando

a necessidade de as pessoas competirem consigo mesmas no sentido de forjarem em si o melhor caráter (CORTINA, 2013). Dessa maneira, o plano de educação proposto por Adela Cortina (2007a) tem sua centralidade na forja do caráter (*êthos*) como saber prático, e não apenas na transmissão de conhecimentos e habilidades, sobretudo, àquelas que sirvam aos interesses de uma racionalidade instrumental. Em sintonia com o pensamento da filósofa, Calandín (2019) observa que o fato de uma pessoa ter muitos conhecimentos não lhe garante o desenvolvimento de sua personalidade, porque “faz falta algo mais importante: a forja do caráter, isto é, o cultivo de uma maneira de ser que permita à pessoa conduzir sua vida” (CALADÍN, 2019, p. 112).

Referente à tarefa educativa, seguindo o modelo da Antiga Grécia, Adela Cortina entende que os sistemas educacionais devem ajudar as crianças a tecer o *êthos* mais desejável para que se apropriem de si mesmas.

Nas origens da ética ocidental a pergunta pela possibilidade de ensinar-se a virtude era chave porque entendia-se que os seres humanos se especificam frente a outros pela capacidade de modelar o caráter com que nascem. Outros seres podem nascer com formas de conduta guiadas pelo instinto, mas os seres humanos têm a capacidade de ir adquirindo um segundo caráter, uma segunda natureza (CORTINA, 2000b, p. 18).

Além de fundamentar-se na sabedoria da Grécia antiga, Adela Cortina (2012) também se vale de descobertas das neurociências para defender sua tese de que as pessoas podem mudar seu caráter, adquirir uma segunda natureza a partir de suas vivências – independentemente da idade. Com base em estudos recentes, hoje se sabe que os seres humanos gozam da capacidade de adaptação a novas circunstâncias e aquisição de novos conhecimentos até a etapa final da vida, e, embora, tal capacidade diminua na velhice, ela não se extingue (CORTINA, 2012). Isso ocorre porque, contrariando crenças que prevaleceram por muito tempo, a plasticidade é uma das características essenciais do cérebro humano, mesmo adulto. Isto é, o cérebro pode passar por mudanças e “o que aprendemos, enquanto vivemos, é incrustado nas conexões celulares em perpétua mudança dentro das nossas cabeças” (CARR, 2011, p. 46). Trata-se de um processo contínuo:

Toda vez que realizamos uma tarefa ou experimentamos uma sensação física ou mental, um conjunto de neurônios do nosso cérebro é ativado. Se estão próximos entre si, esses neurônios conectam-se através da troca de

neurotransmissores sinápticos, como o aminoácido glutamato. Quando a mesma experiência se repete, os enlaces sinápticos entre os neurônios se fortalecem e tornam-se mais numerosos, tanto através de mudanças fisiológicas, tais como a liberação de concentrações mais altas de neurotransmissores, como anatômicas, como a geração de novos neurônios ou crescimento de novos terminais sinápticos nos axônios e dendritos existentes. Enlaces sinápticos podem também se enfraquecer em resposta a experiências, de novo como resultado de alterações fisiológicas e anatômicas (CARR, 2011, p. 46).

Por conseguinte, confirma-se a tese de Adela Cortina, segundo a qual se não pode se escolher o temperamento com que se nasce é perfeitamente possível modificá-lo (CORTINA, 2007a, p. 248). Nesse sentido, a segunda natureza, a qual Cortina se refere, pode ser adquirida a partir de sucessivas escolhas inteligentes (CORTINA, 2007a, p. 213). Entretanto, o cérebro contemporâneo, atuando sob forte influência das tecnologias, pode estar sendo reconfigurado em uma direção oposta à idealizada por Adela Cortina. Ocorre que a forma como as pessoas fazem uso dos aparatos tecnológicos está provocando profundas transformações cerebrais, principalmente entre os nativos digitais, a geração para a qual “usar a tecnologia é tão natural quanto respirar” (TAPSCOTT, 2010, p. 29). À medida que a tecnologia “evolui implacavelmente a cada mês, os jovens simplesmente a absorvem, como se fossem melhorias na atmosfera” (2010, p.31), um indicativo de que a constituição cerebral das novas gerações, de fato, já está diferente das que as antecederam:

O cérebro dos nativos se desenvolveu de forma diferente em relação às gerações pré-internet. Eles gostam de jogos, estão acostumados a absorver (e descartar) grande quantidade de informações, a fazer atividades em paralelo, precisam de motivação e recompensas frequentes, gostam de trabalhar em rede e de forma não linear (TORI, 2010, p. 218).

Há consequências negativas, conforme avalia Calandín (2019): cada vez mais acostumados a atuar nesse modo multitarefa, habilidades importantes acabam por ser prejudicadas, entre elas a capacidade de refletir, escrever e argumentar. Ou seja, a capacidade de discernimento das pessoas (uma das premissas de uma educação moral) está sendo prejudicada. Devido ao excesso de estímulos, os estudantes sentem-se com dificuldades em reagir e prestar atenção se não estiverem sob elevados níveis de estimulação externa:

Acostumados como estão a tantos estímulos e informação do exterior mediante *tablets* eletrônicos, filmes e jogos, se pensa que é o professor o que

não motiva suficientemente aos alunos. E este sim é um problema radical porque faz pensar que a motivação há de ser extrínseca (CALANDÍN, 2019, p. 111).

Para o autor, a dispersão e a superficialidade, provocadas pelas novas tecnologias de informação e comunicação, apresentam-se como uma outra forma de desmoralização educativa (CALANDÍN, 2019). O escritor norte-americano Nicholas Carr também tem apontado aspectos negativos inerentes ao excesso de estímulos, próprios da atualidade tecnologizada e virtualizada. No livro, “A geração superficial: o que a internet está fazendo com nossos cérebros”, publicado em 2011, Carr apresenta estudos e uma crítica a respeito de como internet está mudando a forma como as pessoas pensam - neste caso, não apenas os nativos -, mas todos os seres humanos que dispõem e fazem uso contínuo das novas tecnologias.

Segundo Carr (2011), graças ao excesso de tempo *online* e consequente bombardeio ininterrupto de estímulos interativos e viciantes, o pensamento concentrado, profundo e contemplativo – que era considerado uma forma elevada de pensamento - ligado à compreensão, imaginação e criatividade, foi substituído por uma forma de pensamento mais superficial, apressado, caótico e sedento por novidades. Fato que vem chamando a atenção de estudiosos:

Dúzias de estudos de psicólogos, neurobiólogos, educadores e *web designers* indicam a mesma conclusão: quando estamos *online*, entramos em um ambiente que promove a leitura descuidada, o pensamento apressado, distraído e o aprendizado superficial (CARR, 2011, p. 162).

Conforme Carr (2011), ao ficarmos conectados constantemente, respondendo à enxurrada de estímulos alucinantes que nos são apresentados, temos maior tendência à conformidade, bem como capacidade crítica reduzida. Embora a ubiquidade da net seja um fato inevitável, por certo, caberá sempre aos indivíduos aprender a fazer escolhas que não lhes sejam prejudiciais, contudo, é preciso que questionemos se está havendo uma conscientização em larga escala a esse respeito. Carr entende que o fato de os usuários estarem tão entretidos pelos benefícios práticos das ferramentas, em geral, acabam por não notar as implicações mais profundas da tecnologia. Ou seja, as pessoas ainda não perceberam os efeitos mais significativos das tecnologias que estão alterando o seu modo de pensar (CARR, 2011).

Com base nesta afirmação do autor, compreendemos ser urgente a promoção de discussões a respeito da diferença que existe entre a habilidade técnica, no manuseio de engenhocas de comunicação, e a consciência moral a respeito da forma como estas são usadas. Sobretudo, em um momento como o atual, no qual a vida humana é intensamente mediada pelo digital, inclusive na infância, com acesso ao mundo *online* cada vez mais precocemente. A própria pandemia de coronavírus foi um dos fatores que promoveu a necessidade de as pessoas estarem constantemente conectadas, entre elas, as crianças.

Conforme avalia Calandín (2019), ante o bombardeio de informações a que estamos expostos através da internet, convém pôr em valor a importância do pensamento reflexivo e pausado. Também nesse sentido, entendemos que a proposta educativa de Adela Cortina, centrada no cultivo da razão cordial, ofereça elementos importantes para superar essa forma de desmoralização educativa.

### 3.3 A razão cordial como fundamento da educação

A sociedade de moral elevada necessita tanto das luzes da razão como da força vital do coração, e a ética da razão cordial tem as potencialidades necessárias para atender a essa demanda, possuindo, além disso, um extraordinário poder educativo, segundo avalia Calandín (2019). Para o autor, o programa de uma educação fundamentada na razão cordial de Adela Cortina inspira uma educação ética que desafia a tendência de se fragmentar o mundo. Sua proposta aposta, antes de tudo, nas pessoas, na reconstrução de sua humanidade em uma dupla dimensão, racional e cordial, considerando que “o caráter e os afetos, o *êthos* e o *páthos*, nunca se dão na realidade de forma separada” (CALANDÍN, 2019, p. 113). A educação, dessa forma, apresenta-se como o instrumento da forja do caráter, processo gerador de hábitos de cidadania e de cultivo das virtudes:

A educação, onde devem intervir a inteligência e o sentimento, contribuirá para o desenvolvimento dos seguintes traços: abertura, reconhecimento, compromisso e esperança. Para a concretização de uma ética cívica, é preciso ultrapassar o nível da superficialidade, da mera repetição burocrática

de certos preceitos e desenvolver as virtudes dialógicas; é necessário não ficar só pelas normas, mas incluir também os valores e os sentimentos (PIRES, 2013, p.306).

Trata-se de uma educação cosmopolita, ou seja, inclusiva, que promova “um mundo em que todas as pessoas se reconheçam e se sintam com cidadãos” (CORTINA, 2009, p. 211). Uma educação desse naipe só terá êxito se for um compromisso assumido pela sociedade em seu conjunto, afinal são as pessoas que deverão construir a ética cívica desejada. Sendo assim, a educação para os valores não pode ser imposta, deve ser degustada e interiorizada.

A interiorização de valores é a única forma de assegurar a autenticidade ética e democrática, pois, ao ir mais além da mera transmissão de destrezas técnicas e sociais, permite uma cidadania ativa, nas suas diferentes vertentes, rompendo com o estado de indiferença e de apatia cívicas. O exercício da autonomia e da solidariedade são a expressão de uma educação que se direciona no sentido da afirmação da liberdade e, portanto, do desenvolvimento de capacidades individuais e da autorrealização, mas também do diálogo e da atenção aos outros (PIRES, 2013, p. 200).

O método da maiêutica, criado por Sócrates, é a melhor aposta para uma educação que pretenda assumir o compromisso como a forja de uma ética cívica, livre do risco da doutrinação, no entendimento de Adela Cortina (2007a). Para Sócrates, da mesma forma que a mulher grávida precisa da parteira para dar à luz, também o discípulo, com a alma grávida da verdade, tem a necessidade de uma espécie de arte obstétrica que ajude essa verdade a se manifestar. O filósofo auxiliava seus discípulos a trazerem à luz suas ideias, a fim de que compreendessem a realidade de forma racional. Dialogar com Sócrates levava a um exame de alma e a uma prestação de contas da própria vida, ou seja, a um exame moral - o que, para o filósofo, é o que faria a vida valer a pena de ser vivida (REALE; ANTISERI, 2004). Tal procedimento dialógico vai ao encontro, na concepção de Adela Cortina, da promoção de uma ética cívica.

A tradição dialógica é, na filosofia, tão antiga quanto o discurso de Sócrates. O famoso método maiêutico, com o qual o filósofo ajudava os cidadãos a fazer nascer a verdade, já era um procedimento dialógico. Seguindo as perguntas do 'parteiro', o interrogado ia descobrindo que tinha informações muito mais completas do que jamais poderia sonhar, sobre o bem e o mal, sobre as proporções geométricas e sobre a constituição dos seres. Nove

séculos depois, Santo Agostinho endossaria esse procedimento socrático, garantindo que nunca aprendemos algo totalmente novo, que construímos tudo a partir do que já é sabido. E é por isso que é conveniente entrar nos recessos da alma em busca da verdade que reside em seu interior. Uma tradição dialógica, então, é aquela que vê no diálogo um instrumento, mas apenas um instrumento, para iluminar o que já está no inteiro de forma inata (CORTINA, 2007a, p. 173).

O papel do professor, nesta tarefa, seria, por analogia ao do lavrador (CALANDÍN, 2019), que deve se abaixar à terra e ir cuidando-a, umidificando-a para que nela brotem os bons frutos, no caso, bons sentimentos e humores. O educador deve ter consciência de que a motivação para aprendizagem não vem imposta de fora, mas que nasce dentro, porque já está presente em todas as pessoas, sendo necessário apenas avivá-las (CALANDÍN, 2019). É a capacidade de estima que mora em cada pessoa que se deve cuidar e cultivar, portanto, o papel do professor é o de acompanhar, “de cuidar e avivar o desejo e a capacidade para preferir e valorar” (CALANDÍN, 2019, p. 113), jamais inculcando conceitos. Diante de tais pressupostos é que se pode afirmar que a proposta de Adela Cortina de uma educação moral, centrada na forja do *êthos*, jamais pode ser confundida com doutrinação:

por várias razões, antes de mais, porque tal não é possível numa sociedade pluralista, onde já não é possível impor um único modelo axiológico. E também, porque assumindo a forma que assumir, tem que integrar o exercício da reflexão crítica e não propriamente a assimilação de conteúdos referentes a princípios éticos (PIRES, 2013, p. 200).

Outrossim, não é tarefa da educação moral ensinar, determinar o que é certo ou errado, mas “proporcionar às pessoas as ferramentas necessárias para pensarem por si mesmas em questões morais, confiando que com isso saibam fazer frente a tais questões da maneira mais acertada possível” (MARTÍNEZ NAVARRO, 2011, p. 23). Cabe aos educadores ser coerentes para que não se contradigam nesse campo, porque educa-se, sobretudo, pelo bom exemplo. Portanto, entre declarações e realizações não pode haver um abismo (CORTINA, 2007a). A ética não pode ser confundida com *moralina*, entendida como moralidade inoportuna, superficial ou falsa moralidade.

Os professores devem evitar a *moralina* e procurar que seus alunos aprendam a pensar por si próprios, para que sejam pessoas racionais, sensatas, responsáveis pelos seus atos, suas vidas pessoais, que têm cuidado com a comunidade, tanto local como global a que todos pertencemos. Para tanto os professores devem ser o exemplo de seus alunos e ter uma boa educação ética (MARTÍNEZ NAVARRO, 2011, p. 24).

A reflexão filosófica pode prestar um serviço de estímulo ao pensamento crítico, criativo e solidário de quem a pratica, para que cada qual, em consciência, pensando por si mesmo, encontre a decisão moralmente correta (MARTÍNEZ NAVARRO, 2011, p. 23). Cortina (2012) ainda observa que não é tarefa do professor encher os alunos de projetos, mas de incentivá-los a seguir sonhando:

Educar moralmente uma criança não significa adestrá-la para que atue da forma que deseja o educador, mesmo que o educador se propusesse como o adestramento fazer o que ele acredita ser o melhor para ela. Educar moralmente significa ajudá-la a extrair o melhor dela para que possa levar adiante sua autonomia, uma vida justa e feliz. Valores que são especificamente humanos, e em torno dos quais podemos dizer que giram os demais (CORTINA, 2012, p. 218).

Desse modo, seguindo as premissas da ética da razão cordial, em uma sociedade democrática e pluralista, os alunos devem ser motivados a trazer à luz seus projetos de vida feliz (máximos) respeitando os mínimos de justiça. E como prevê a tradição da ética discursiva, os mínimos de justiça devem ser plasmados em um constante diálogo.

Para que a vida compartilhada funcione bem e para que seja alto o nível moral de uma sociedade, importa que os cidadãos tenham virtudes bem arraigadas e se proponham metas comuns desde o respeito mútuo e a amizade cívica. Coisas todas elas impossíveis de se conseguir se não começamos a partir da educação, começando desde o início a educar cidadãos autênticos, verdadeiros sujeitos morais, dispostos a agir bem, a pensar bem e a compartilhar com outros ação e pensamento. Este é, no fim das contas, o problema prioritário de qualquer país, investir em educação é sua melhor aposta (CORTINA, 2007a, p. 207).

Neste ponto, perguntamo-nos: como efetivar uma educação neste nível? No que se refere à educação oferecida nos centros educacionais, a sugestão de Adela Cortina (2020) é a oferta da disciplina de ética, não de forma eletiva, mas que acompanhe o currículo escolar, a fim de que se possa discutir quais os valores devem ser transmitidos. Cortina considera que a disciplina de ética cívica deveria ser

a “alma” de todo currículo escolar e de todo centro educativo (CORTINA, 2020, b). Dessa forma, a filósofa apresenta três eixos para a concretização de sua proposta educativa, que, a seu ver, deveriam articular as reformas, os livros de texto, os projetos docentes e as inúmeras reuniões nos centros escolares: a) transmissão de habilidades e conhecimentos para perseguir qualquer meta; b) prudência para organizar uma vida feliz; e c) educação para a sabedoria cordial. Tal proposta consiste em educar cidadãos bem informados, com bons conhecimentos, prudentes e, também, pessoas com coração, com um profundo senso de justiça e um profundo senso de gratuidade (CORTINA, 2007a).

### 3.3.1 Primeiro eixo: transmissão de habilidades e conhecimentos

O fato de criticar o privilégio dado à transmissão de habilidades e conhecimentos no mundo contemporâneo, não significa que Adela Cortina desaprove esse tipo de formação. Evidente está para a filósofa que “uma sociedade bem informada tem maior capacidade de aproveitar seus recursos materiais, e é menos permeável ao engano do que uma sociedade ignorante” (CORTINA, 2013, p. 01). O futuro cosmopolita ao qual Adela se refere, como sendo o futuro a ser almejado, só se fará com conhecimentos e competência. Esse tipo de formação também é indispensável para que uma sociedade tenha uma moral elevada e não seja enganada, manipulada (CORTINA, 2007a). O que significa que para formular um julgamento moral corretamente, os cidadãos terão de ter conhecimentos a respeito das realidades. É essencial, por exemplo, que haja informações confiáveis e capacidade de julgamento moral em relação a questões de “biotecnologia, problemas econômicos, sutilezas jurídicas, leituras políticas, repercussões da rede para a vida humana, dramas ecológicos e tantas outras questões extremamente complexas (CORTINA, 2007a, p. 254). Portanto, é fundamental que uma sociedade tenha profissionais e especialistas, pessoas suficientemente informadas e preparadas para colocar seus conhecimentos a serviço, sobretudo, no sentido de tornar o mundo um lugar mais justo.

Não é da ignorância que um banco para os pobres é projetado e lançado um imposto para a circulação de capital financeiro, uma renda básica para cidadãos, instituições internacionais de justiça, mecanismos de comércio justo, fundos éticos de investimento, fundos de solidariedade, pesquisa com células-tronco, 'realocação' dos demitidos pelas empresas, controle da pesquisa biotecnológica nos países em desenvolvimento (CORTINA, 2007a, p. 255).

Com isso, Cortina está alertando que a falta de conhecimento e habilidades não fará do mundo um lugar mais humano, pelo contrário. Portanto, uma sociedade ética deve ter especialistas em todas as áreas que estejam dispostos a projetar alternativas humanizáveis e viáveis em cada um de seus campos, tentando implementá-las. Também deverão apresentar suas propostas “aos poderosos da Terra e levar seus conhecimentos e opiniões à esfera da opinião pública, aquela em que os cidadãos das sociedades pluralistas deliberam sobre o justo e o injusto” (CORTINA, 2007a, p. 255). Percebemos, assim, que, para Adela Cortina, não se deve optar por determinado tipo de educação como se fossem modelos mutuamente excludentes. Trata-se, antes, de harmonizá-los, concedendo a cada um o espaço que merece frente ao objetivo de tornar o mundo um lugar melhor para se viver. E, nesse sentido, a educação em habilidades e conhecimentos é um fator essencial no desenvolvimento não apenas dos indivíduos, mas também dos povos.

O processo de aquisição, sem dúvida, começa na escola e na família, mas continua nas universidades e escolas superiores, naquele mundo cujo significado e legitimidade residem na formação de profissionais, pessoas com profundo conhecimento de sua matéria e dispostas a se orientar na prática pelos valores e objetivos que dão sentido à sua profissão (CORTINA, 2007a, p. 256).

Retomando à questão do excesso de estímulos, fruto da tecnologização da vida, parece-nos apropriado chamar a atenção para uma distinção que Calandín (2019) faz entre a sociedade da informação e a sociedade do conhecimento. A sociedade da informação é, na perspectiva desse autor, em boa medida, uma sociedade desconsertada, incapaz de gerar pensamentos próprios e inovadores. Já a sociedade do conhecimento requer um processamento de toda a informação de modo organizado, permitindo descobrir o que é a realidade em alguma de suas diversas dimensões (CALANDÍN, 2019, p.112).

### 3.3.2 Segundo eixo: prudência para organizar uma vida feliz

No segundo eixo de sua proposta educacional, Cortina (2007a) esclarece que o fato de alguém acumular competências não lhe garante uma vida feliz. Faz-se necessário, portanto, paralelamente ao desenvolvimento de habilidades, que a educação colabore para que os estudantes saibam discernir o plano de vida que devem levar adiante. Essa forma de educação será contemplada a partir do eixo da prudência para organizar uma vida feliz:

A busca por uma vida de qualidade exige, no final, aprender a exercitar uma arte, a cuidar do contexto vital ao traçar projetos e tomar decisões, ponderando as consequências que podem ter as diferentes opções para o próprio sujeito, para os seus, para quaisquer grupos ou para a humanidade em geral, e conformar-se ao fim com o suficiente (CORTINA, 2007a, p. 257).

O prudente, de acordo com Cortina (2007a), é aquele que sabe o que é conveniente para ele no conjunto de toda a vida, tenta manter as rédeas de sua existência, sem se deslumbrar com a quantidade ilimitada de produtos ou desejos que, no final, escravizam. É alguém que sabe optar por atividades que valham a pena em si mesmas e produzem a liberdade.

É um ótimo exercício de prudência preferir que o tempo livre seja empregado nas relações humanas, em atividades solidárias e culturais, do que optar pela quantidade de renda excessiva. Como também é apostar em cidades com dimensões humanas e não em cidades descomunais; escolher o amigo leal em vez do ambicioso; entrar no caminho da cooperação, em vez do caminho do conflito; negociar, e não enfrentar quando a derrota estiver assegurada (CORTINA, 2007a, p. 259).

Observamos que, dessa forma, Cortina está fazendo um convite para que as pessoas optem por uma vida mais simples e comunitária. Os prudentes poderão organizar suas vidas e a sociedade de acordo com os critérios de qualidade de vida e não de quantidade de bens (CORTINA, 2007a). A falta da capacidade para descobrir o que realmente é valioso, na compreensão de Calandín (2019), é um outro aspecto da desmoralização educativa contemporânea.

Contudo, ensinar os educandos a buscar uma qualidade de vida ainda não é suficiente para a construção de uma ética cívica como preconiza Cortina. Existe o risco de uma pessoa buscar prudentemente essa qualidade apenas para si ou para os seus familiares, sem disposição a atender às demandas de justiça, principalmente, quando seus bens estão ameaçados (CORTINA, 2007a). A busca por qualidade de vida pode levar os indivíduos a excluir todos que não se encaixam em seu cálculo prudencial. Cortina aponta a relação entre a imigração e a pobreza, como exemplos de que há um choque entre a busca egoísta por qualidade de vida e a solidariedade. Segundo Cortina, as pessoas não rejeitam o imigrante apenas pela sua condição de estrangeiro, não se trata de xenofobia. O imigrante rejeitado é aquele que não tem nada a oferecer em troca, por ser pobre, enquanto o imigrante que chega com dinheiro a um determinado país é bem recebido. Para este tipo de comportamento, Cortina criou o termo *aporofobia*: aversão, ódio aos pobres (CORTINA, 2020a).

### 3.3.3 Terceiro eixo: educar para a sabedoria cordial – justiça e compaixão

Diante disso, Cortina (2007a) alerta que a justiça sempre exige ir além do cálculo e da prudência. O que levará um cidadão a se interessar pelo bem comum e não agir de forma egoísta, valorizando a própria dignidade e a de seu semelhante, depende em grande parte da educação, e não apenas a formal. Tal educação deverá estar alicerçada na dupla dimensão da razão cordial: justiça e compaixão.

Conforme Cortina, educar na justiça é promover a experiência básica do reconhecimento mútuo, o qual abre um “sentido humano inteligente com dois aspectos igualmente inteligentes e igualmente *sentientes*: o senso de justiça e o senso de gratuidade” (CORTINA, 2007a, p. 261). Para explicar seu raciocínio, Cortina (2007a) adere ao conceito de justiça, como sendo a virtude de dar a cada um o que lhe corresponde. Contudo, essa definição traz consigo uma questão: a partir da experiência básica de reconhecimento, o que as pessoas merecem? Para Adela Cortina, o justo é que todas as pessoas desfrutem de comida, abrigo, roupas, educação, cuidados em tempos de vulnerabilidade, liberdade para se expressar,

formar sua consciência e guiar pessoalmente suas vidas. Para tanto, é justo que as sociedades que desejam viver com a dignidade moral mínima atendam a essas necessidades básicas ou promovam a capacidade das pessoas para que possam satisfazê-las e levar uma vida feliz.

Quem quer que reconheça outros seres humanos como sangue de seu sangue e osso de seu osso exige de si mesmo e exige daqueles que têm o poder de fazê-lo, como exigência de justiça, que nenhum ser humano seja diminuído nas capacidades que lhe permitem obter esses bens e seguir uma vida feliz. E usa suas habilidades e conhecimentos, seu saber, para discernir todos os meios possíveis para fazer justiça (CORTINA, 2007a, p. 261).

O segundo aspecto concebido por Cortina, o da gratuidade, decorre do fato de as relações humanas não se estabelecerem somente a partir da exigência, do cálculo e da prudência. Há situações que vão além dos direitos reconhecidos, aos quais os deveres e responsabilidades correspondem; todos estão ligados uns aos outros e, portanto, vinculados, mesmo sem sanções externas.

Quem faz a experiência de reconhecimento recíproco, a experiência com outro ser humano que é carne de sua própria carne e osso de seu próprio osso, não apenas se sente compelido a dar ao outro o que lhe corresponde como pessoa, mas se sente instado a compartilhar com ele o que ambos precisam para ser felizes (CORTINA, 2007a, p. 262).

Desse modo, Cortina (2007a) observa que há determinadas obrigações que não podem ser exigidas, porque não decorrem dos direitos ou deveres. São atitudes que devem ser compartilhadas espontaneamente como dom e presente: consolo em tempos de tristeza, apoio em tempos de desgraça, esperança quando o horizonte parece desaparecer, do sentido ante a experiência do absurdo.

Necessitamos, quem duvida, de comida, roupas, casa e cultura, liberdade de expressão e consciência, precisamos levar uma vida digna. Mas também precisamos, e às vezes ainda mais, de conforto e esperança, senso e carinho, aqueles bens gratuitos que nunca podem ser exigidos como um direito; compartilhado por aqueles que os entregam, não por dever, mas por abundância de coração (CORTINA, 2007a, p. 263).

Nessa perspectiva, a educação centrada no cultivo do caráter e guiada pela razão cordial é aquela que tem suas raízes aprofundadas nos sentimentos morais do

coração, alimentando, a partir deles, tanto os bens de justiça como os bens de gratuidade” (CALANDÍN, 2019, p. 109). Para Adela Cortina (2007a), a base da razão cordial é uma emoção que tem sido silenciada, mas que precisa ser recuperada: a compaixão. Educar no sentido da compaixão significa que os alunos deverão ser preparados para saber argumentar, raciocinar, sim, mas a partir de uma razão cordial, uma razão do coração. Assim o “reconhecimento recíproco e cordial é o vínculo, a ligação que gera uma obrigação com as demais pessoas e consigo mesmo. Um reconhecimento que não é apenas lógico, mas também compassivo” (CORTINA, 2007a, p. 51).

A compaixão, da forma como Cortina concebe, consiste em tomar como ponto de partida não indivíduos isolados, mas pessoas em relação, que vivem do reconhecimento mútuo da dignidade que possuem apenas pelo fato de serem pessoas. Trata-se da capacidade de sentir com outro, colocando-se no lugar dele, na alegria e na tristeza. A pessoa compassiva percebe que o outro está sofrendo e assume como parte do seu projeto de felicidade ajudá-lo a sair do seu sofrimento (CORTINA, 2020b). Portanto, a compaixão não é apenas empatia; é empatia e compromisso. Em vista disso, a ética da razão cordial é lúcida para denunciar diversos tipos de opressão e vícios sociais como são as desigualdades, a xenofobia e a aporofobia.

Dizer e crer que o coração tem razões e que estas razões devem ser atendidas e cultivadas na educação é reforçar o vínculo intrínseco entre a moral e a vida. Porém, também é apostar por um vínculo humano que há de ser o fundamento de qualquer outro tipo de laços de pertença a um território ou a uma comunidade política particular. Se trata efetivamente de reafirmar a visão humanista no sentido fundamental dos valores éticos que todo ser humano deve cultivar (CALANDÍN, 2019, p. 114).

Segundo interpretação de Pires (2013, p. 197), a “inteligência só é esclarecida pelas e através das emoções de indignação, preocupação e atenção pelo outro, de compaixão”. Esses modos de ligação entre os seres humanos, em conjunto com os elementos de ordem cognitiva, devem ser aperfeiçoados, tornando-se solo da vida ética, “o que requer aprendizagem, treino, exercício, numa palavra, educação” (PIRES, 2013, p. 197). É essa dupla dimensão da racionalidade moral: justiça e compaixão que deve ser promovida nas escolas de tal forma que vá se irradiando a todos os setores da sociedade, alcançando suas distintas esferas (CORTINA,

2020b). Assim, caberá à sociedade assumir o compromisso de desenhar suas instituições com um profundo senso de justiça e compaixão, firmadas em princípios que deverão ser vividos e transmitidos às novas gerações. Para que isso ocorra, não são somente as pessoas que deverão ter seu *êthos* moldado, mas também as instituições, como abordaremos no capítulo que dá sequência a esta dissertação.

## 4 A RAZÃO CORDIAL E O ÊTHOS DAS INSTITUIÇÕES

Ao defender a ideia da forja do melhor *êthos* para o desenvolvimento de uma ética cívica cordial, Cortina não está se referindo apenas ao caráter pessoal, mas também ao *êthos* das organizações e distintas instituições. Em seu entendimento, nem mesmo é possível que a ética cívica chegue a um bom termo “se não cobrar vida nas instituições políticas e nas da sociedade civil” (CORTINA, 2020a, p. 171). Dessa forma, o êxito da proposta de Adela Cortina a respeito de uma *ethica cordis* depende de que o *êthos* democrático se expresse na política, na economia, na comunicação e nas distintas esferas da vida social. A fim de atendermos aos objetivos desta dissertação, neste novo capítulo, colocaremos em evidência as propostas de Adela Cortina para o fortalecimento do *êthos* da atividade econômica, especialmente o das empresas, consideradas o “ pilar fundamental desta atividade” (CORTINA, 1996, p. 173). Buscaremos, embasados na reflexão desta filosofia que estamos estudando, pressupostos para analisarmos o fenômeno da mercantilização dos saberes no ciberespaço, bem como aprofundarmos-nos nos fundamentos que irão amparar uma proposta de aplicação da teoria da razão cordial na internet. Para tanto, desenvolvemos o capítulo em quatro tópicos principais: a) O *êthos* das empresas; b) Ética e desenvolvimento tecnológico; c) Princípios de uma ética cívica, d) Exigências do reconhecimento cordial.

### 4.1 O *êthos* das empresas

Por mais importante que seja o sentimento de compaixão nos indivíduos este, por si só, não é suficiente para fomentar um *êthos* democrático, sendo “necessário levar a compaixão às instituições” (MODZELEWSKI, 2012, p. 324). Conseqüentemente, o desenho de uma ética da economia, e aqui iremos nos referir

de forma mais direta às empresas ou negócios<sup>14</sup> - depende da forja do caráter das organizações e instituições.

Quando falamos sobre caráter, tendemos a pensar sobre o das pessoas, sem perceber que também certos grupos, como organizações e instituições, adquirem alguns hábitos, acabam incorporando um caráter, que pode ser percebido tanto por seus membros quanto por aqueles de fora que têm contato com a organização (CORTINA, 2000a, p. 20).

Em vista disso, de forma análoga às pessoas, as organizações forjam um caráter ou outro ao longo do tempo, pelo qual se identificam e pelo qual são identificadas. Ao “nascer, como diriam os clássicos, só têm uma ‘natureza primeira’, contam apenas como caráter das pessoas que aderem ao seu projeto e com os textos escritos sobre a missão e visão da empresa” (CORTINA, 2003, p.18); contudo, ao longo de sua existência, à medida que desempenha suas funções, a organização vai tomando decisões que a sociedade não imputa a cada um de seus membros de forma individual, mas como membros daquela organização. Diante disso, é possível afirmar que as organizações são, pois, “agentes morais” (CORTINA, 2003, p. 18).

Mediante o fato de que as instituições possuem um caráter, o qual é plasmado aos poucos, torna-se óbvio para Adela Cortina que “o inteligente é cultivar um caráter que ajude a conseguir boas metas, pessoais e compartilhadas” (CORTINA, 2020a, p. 221). As boas decisões não são improvisadas, portanto, tomá-las requer hábito (CORTINA, 2003), mas para isso é necessário que sejam investigados quais são os bons hábitos que determinada organização deve adquirir em seu conjunto para, gradualmente, forjar um caráter que lhe permita deliberar e tomar decisões corretas em relação a seus objetivos (CORTINA, 2000, p. 24).

---

<sup>14</sup> A ética empresarial ou dos negócios se insere no conceito de éticas aplicadas, surgidas entre os anos 60 e 70 do século XX, em busca de respostas para problemas morais que a ética tradicional parecia já não dar mais conta de responder. Nesses anos começou-se a falar em bioética, ética ambiental, ética dos negócios, etc. Segundo Cortina e Martínez Navarro (1996), para entender essa questão, basta considerar que a ética não tem como tarefa apenas o esclarecimento e a fundamentação do fenômeno da moralidade, mas também a aplicação de suas descobertas aos diferentes âmbitos da vida social. Ao lado da tarefa de fundamentação existe a tarefa da aplicação que consiste em averiguar como os princípios ajudam a orientar os diferentes tipos de atividade. Contudo, não basta refletir sobre como se aplicam os princípios em cada âmbito concreto, é preciso levar em conta a especificidade de cada atividade com suas próprias exigências morais e seus próprios valores. Trata-se de averiguar quais são os bens internos que cada tipo de atividade deve trazer para a sociedade e quais são os valores e hábitos que é preciso incorporar para alcançá-los (Cortina; Martínez Navarro, 1996).

Compartilhando do mesmo ponto de vista, Zamagni (2014) ressalta que as empresas, além de ter um caráter, são “pessoas” e, portanto, cidadãs:

[...] as empresas são pessoas (obviamente jurídicas), e, enquanto tais, podem ser consideradas cidadãs. Se as empresas são pessoas, então, são sujeitos em si mesmas moralmente responsáveis - e não são apenas responsáveis aqueles que trabalham nelas. Por outro lado, se as empresas estão na condição de cidadãs, correspondem-lhes, além dos direitos, os deveres próprios da cidadania, e em primeiro lugar, o dever de contribuir para o bem comum<sup>15</sup> (ZAMAGNI, 2014, p. 2017).

Além disso, as empresas são lugares privilegiados para a formação do caráter humano. Para Zamagni (2014), desconsiderar esse fato significa ignorar o enorme poder de quem guia a empresa para forjar a qualidade de vida de um número imenso de pessoas (ZAMAGNI, 2014). Nessa perspectiva, constata-se que se as instituições agirem de forma justa servirão de exemplo para o comportamento individual (MODZELEWSKI, 2012, p. 324). De acordo com Zamagni, ao prestigiar instituições econômicas que ignoram a importância da virtude, uma sociedade está propensa a perder esse patrimônio, tendo dificuldades em recuperá-lo. Isso ocorre “porque as virtudes, como os músculos se atrofiam por falta de uso” (ZAMAGNI, 2014, p. 221).

Partindo do pressuposto de que todas as organizações e instituições são criadas para fornecer bens à sociedade, os quais legitimam sua existência, a finalidade principal de uma empresa é social. Nesse aspecto, é imprescindível que seja estabelecida a distinção entre os bens internos e bens externos de uma atividade (CORTINA, 2000). Os bens internos dizem respeito àquilo que é inerente à própria atividade e somente ela pode oferecer. Por exemplo, a atividade empresarial proporciona bens diferentes daqueles da atividade da saúde, que, por sua vez, são distintos dos do ensino e da política. Ou seja, cada atividade produz bens que lhes conferem o seu sentido, isto é, ela existe precisamente para fornecê-los:

O ensino, por exemplo, se desenvolve para tentar transmitir os conhecimentos que os homens vêm adquirindo com esforço, para que tanto quem os transmite quanto os que os recebem possam levar uma vida o mais plena possível. A atividade política, por sua vez, adquire sua legitimidade

---

<sup>15</sup> O autor compreende o bem comum como sendo o que cada sujeito obtém sem poder separar-se dos demais sujeitos, os quais também poderão se beneficiar dele. Dessa forma, o benefício a que um indivíduo tem acesso do bem comum é conquistado junto com os demais indivíduos, nem contra e nem de forma independente.

social ao tentar satisfazer, por meio do uso do poder legitimamente adquirido, interesses universais, e não de determinados setores; enquanto a atividade de saúde busca os bens que lhe são próprios quando busca o bem dos pacientes, eliminando ao máximo as doenças e as dores. Obviamente, cada organização - universidade, escola, corpo político, hospital - deve produzir seus próprios bens e não os substituir pelos dos outros, pois assim perderá todo o seu sentido (CORTINA, 2000a, p. 23).

As organizações também produzem bens que lhe são externos, ou seja, não são inerentes à finalidade que legitima a sua existência em uma sociedade, mas são comuns a todas ou a muitas instituições, como, por exemplo, o prestígio, dinheiro ou poder. Esses podem ser conquistados em diferentes atividades, tais como o esporte, a arte, negócios, política, informação ou atividades de saúde, não sendo exclusivo de nenhuma delas (CORTINA, 2000). Ao apresentar tais exemplos, Cortina crítica as instituições que acabam se empenhando mais na obtenção do bem externo do que à própria finalidade e transformam suas atividades apenas em formas de ganhar dinheiro. Quando isso ocorre, a vida humana “empobrece e perde toda a sua substância, ao passo que, infelizmente, as atividades se tornam homogêneas por perderem seus objetivos específicos, e as organizações perdem seu sentido e direção” (CORTINA, 2000, p. 24). O resultado, avalia Cortina, é uma sociedade desmoralizada, com um caráter tão pobre e fraco que é incapaz de responder aos desafios da vida com um mínimo de coragem.

[...] o desporto, a arte ou a informação tornam-se mercadorias que podem ser trocadas por dinheiro ou poder, de modo que nestes mundos o prazer de jogar (no caso do desporto), o de criar (no da arte), ou de transmitir informação objetiva, desapareçam e não há mais nada além do negócio. Da mesma forma, nos hospitais e nas universidades, o desejo de poder ou de dinheiro muitas vezes substitui a busca por bens internos, que são antes para curar e ensinar (CORTINA, 2000, p. 24).

Como já destacamos, no capítulo introdutório desta dissertação, a internet vem se tornando um ambiente de vendas dos saberes, sendo possível observar pela forma como muitas plataformas digitais oferecem seus conteúdos, inclusive os de ensino, que bens como o dinheiro e a fama, por exemplo, acabam sendo a principal motivação dessas empresas. Contudo, convém lembrar, apoiando-nos nas ponderações feitas por Adela Cortina, que o bem interno do ensino não é a riqueza ou a fama. Entendemos que os grupos que assim agem acabam por promover uma forma de desmoralização da tarefa educativa.

Para Cortina (2000), torna-se fundamental que as diferentes organizações recuperem o sentido da atividade que lhes é própria, refletindo seriamente sobre quais são seus bens internos e meios adequados para agir nessa direção. Para tanto, ao se desenhar uma ética das organizações, é preciso determinar claramente qual é o seu fim específico, o qual lhe concede legitimidade social. Ademais, é preciso descobrir quais são os meios adequados para produzir esse bem e quais valores devem ser incorporados para alcançá-lo. Contudo, segundo Adela Cortina (1993, p. 266), existe uma grande distância entre o mundo das empresas ou negócios e a moralidade, a ponto de os negócios assumirem suas próprias regras. Nesse sentido, Cortina observa que ainda é motivo de surpresa para muitas pessoas a junção das palavras ética e negócios, como se a proposta de uma ética empresarial<sup>16</sup> significasse “querer juntar óleo e água” (CORTINA, 2003, p. 17). Quem assim pensa parece se esquecer de que “a atividade empresarial é atividade humana” e como tal, pode ter moral baixa ou elevada (CORTINA, 2003, p. 17).

A filósofa espanhola, no livro *Ética Aplicada y Democracia Radical*, identifica três motivos pelos quais muitos empresários resistem à ideia de se sujeitarem à ética: a) uma crença de que para fazer negócios é preciso esquecer a ética comum, porque as empresas têm suas próprias regras do jogo, governadas por sua própria ética; b) a ideia de que a missão da empresa é maximizar os lucros, em termos de dinheiro, prestígio e poder, e, dessa forma, qualquer meio é bom se leva ao fim desejado. Nesse caso, o que prevalece é o conceito de que negócio é negócio - *business is business*; c) a ética é limitada ao mínimo na empresa, coincidindo apenas com o cumprimento da legalidade e com a sujeição às leis do mercado (CORTINA, 1993, p. 267).

Cortina (2000) compreende que, para que uma empresa cumpra com a meta de atender às necessidades humanas, terá, evidentemente, de se esforçar pelos resultados e contar com a obtenção de lucro, contudo, não a qualquer preço. Há um problema moral quando o dinheiro é o fim e todas as demais coisas são os meios para alcançá-lo (CORTINA, 2000), quando, na verdade, “nem tudo na vida se resume a dinheiro” (CORTINA, 2007a, p. 72). No saber ético, alerta a filósofa, “Não se pode inserir a expressão ‘a qualquer preço’, porque existem preços que nem as

---

<sup>16</sup>Segundo Cortina, (2000, p. 51), a ética empresarial ou dos negócios, centra-se principalmente na concepção da empresa como organização econômica e como instituição social; ou seja, como um tipo de organização que desenvolve uma atividade peculiar e na qual a função diretiva e o processo decisório são fundamentais.

peças nem as organizações podem pagar, se quiserem agir, não só de forma prudente, mas também justa” (CORTINA, 2000, p. 26). Consequentemente, qualquer atividade social que queira se apresentar como legítima deve obedecer a critérios de justiça que não estão relacionados à mera busca por eficiência, já que a finalidade social da economia é a satisfação das necessidades humanas (CORTINA, 1993, p. 266). A empresa que atua somente como um negócio, operando segundo a lógica de que *business is business*, conforme avalia Zamagni (2014), acaba por atrair pessoas de baixa qualidade relacional, que atuam somente por motivações extrínsecas.

Ainda nesse sentido, faz-se necessário combater um tipo de comportamento que, segundo Adela Cortina (2007a), é o que mais funciona com vigor no cotidiano: o individualismo possessivo, gerador de uma ética do individualismo egoísta, cuja lógica é o egoísmo e a maximização do próprio bem-estar. O comportamento que caracteriza o *homo oeconomicus* é o “modelo explicativo geral da ação social, aceitando que a motivação principal que move os indivíduos em suas relações ou intercâmbios com outros é a busca do interesse pessoal” (MIRALLES, 2019, p. 84).

Segundo Calvo (2019, p. 92), o *homo oeconomicus* simboliza a redução do ser humano a mero animal egoísta; a um ser humano ocupado unicamente com o seu próprio bem-estar. Esse comportamento, destaca o autor, é um dos principais argumentos de quem não acredita ser possível a forja de um caráter moral no âmbito empresarial. Contudo, pondera Calvo, o comportamento racional do ser humano não pode ser reduzido ao interesse individual. Entre outras coisas, as pessoas estão biologicamente preparadas e moralmente dispostas a cuidar, cooperar, assumir custos pessoais pelo bem-estar ou à adaptação de outros, tenham ou não uma relação parental ou grupal. Apesar de afirmar que é a lógica do individualismo é preponderante em nossas sociedades, Cortina (2007a) também chama atenção para o fato de que nem todas as relações se estabelecem dessa forma, porque existem pessoas que se preocupam com as outras sem interesses.

Muitas vezes as pessoas sacrificam seus interesses egoístas, seu bem-estar e até mesmo sua vida, pelo bem de seus entes queridos ou pelo bem da sociedade. Elas cumprem seus compromissos e promessas, embora pareçam não obter o tipo de lucro que satisfaça os juros calculados com o ábaco e a calculadora que funcionam em números (CORTINA, 2007a, p. 75).

Outro aspecto de fundamental importância na construção de um *êthos* econômico, segundo a filósofa (2000), é o respeito aos direitos já adquiridos por uma sociedade ao longo do tempo. Qualquer organização para obter uma legitimidade social deve respeitar os direitos reconhecidos e os valores que essa sociedade compartilha. Nenhum argumento serve como justificativa para que se ignore tal premissa, tal como o foco nos resultados ou na obtenção de ganhos financeiros. Uma empresa agirá de maneira eticamente apropriada quando buscar de forma inteligente seus objetivos e quando cumprir esses requisitos (CORTINA, 2000). Por conseguinte, na hora de desenhar as características de uma organização e de suas atividades, é essencial levar em consideração quais são os valores da moral cívica da sociedade em que ela está inscrita e quais os direitos que a sociedade reconhece às pessoas:

Ou seja, qual é a consciência moral alcançada pela sociedade. Ao se pensar no caráter da organização, portanto, produz-se uma interação entre os valores que decorrem da sua atividade e os da sociedade, entre a sua ética e a ética civil, sem que seja possível prescindir de nenhum dos dois polos sem ser deslegitimada (CORTINA, 2000, p. 25).

Dessa forma, a ética cívica impõe às diferentes esferas sociais a demanda de tratar os afetados pela empresa como fins em si mesmos sem serem explorados. São interlocutores válidos, devendo ser, portanto, dialogicamente levados em consideração em assuntos que os afetem seriamente. Tal ética apresenta-se como uma demanda à ética empresarial (CORTINA, 2003). Quando há a incorporação no caráter das pessoas e organizações de hábitos que conduzem a escolhas justas e boas, torna-se natural a tomada de decisões em favor da integridade e transparência. Desse modo, uma organização que adquire bons hábitos gera as disposições necessárias para tomar boas decisões sem ser necessário empreender grande esforço para tomá-las. Tal atitude produz confiança em todos que lhe estão ligados. Seguindo-se tal raciocínio, pode-se dizer que a confiança gera rentabilidade, ou, em outras palavras: ser ético é lucrativo, como preconiza a ética empresarial (CORTINA, 2003). Ademais, explica Cortina, a coesão em torno dos valores éticos aumenta a probabilidade de a empresa ser competitiva, no sentido de ter capacidade para permanecer no mercado. Assim, Cortina compreende que a ética ajuda as empresas a serem excelentes, ou seja, a alcançar a excelência de caráter

(*areta*), tornando-as organizações dotadas de virtudes, por terem estabelecido uma cultura ética (CORTINA, 2003). Porém, no mundo contemporâneo, os avanços tecnológicos indicam novos desafios éticos para o mundo dos negócios.

#### 4.2 Ética e desenvolvimento tecnológico

Todas as atividades empresariais devem estar sujeitas aos juízos morais de uma sociedade, inclusive as de inovação, como observa Zamagni (2014). Em consonância aos mais recentes parâmetros previstos pela Responsabilidade Social Empresarial (RES), as atividades inovadoras deverão ser avaliadas sob a perspectiva das consequências que trarão para a vida em sociedade:

Como é fácil de entender, este é um passo importante no caminho da responsabilidade empresarial. Com efeito, não se limita a pedir à empresa que dê conta fielmente daquilo que faz, além de ter em conta as aspirações legítimas de todos os seus *stakeholders*. O que também se exige de uma empresa que se quer declarar responsável é que, no exato momento em que pretende iniciar um processo de inovação, se esforce para prever o impacto potencial da inovação na comunidade a que pertence, e não apenas em seu próprio desempenho empresarial (ZAMAGNI, 2014, 211).

Esse é um ideal que esbarra na realidade do mundo contemporâneo cada vez mais dependente das inovações tecnológicas. Miralles (2019, p. 86) observa que, nas últimas décadas, tem se perfilado uma nova economia que está “gerando incertezas, ampliando a precarização, suprimindo as garantias, incrementando a desigualdade, e ameaçando dissolver a integração social”. Trata-se de um padrão econômico orientado pela perspectiva do curto prazo. Tal modelo estrutura a atividade produtiva segundo o princípio de flexibilidade para atender os requisitos dos mercados globalizados e de uma competência agudizada pelos avanços tecnológicos e organizativos. Fenômeno que atinge diretamente a vida dos trabalhadores (MIRALLES, 2019).

Como observa o autor supracitado (2019), a forma de organizar o trabalho cada vez tende a ser mais fluida, dinâmica e descentralizada. Os processos de reestruturação são promovidos por um capital externo, alheio à cultura da empresa e

que premia pela obtenção de benefícios imediatos. Com tal postura, os agentes dos novos estilos organizativos proclamam oferecer novas oportunidades, maior autonomia e promover a iniciativa dos indivíduos. Ao que Miralles rebate:

Para os trabalhadores, essas mudanças estão se traduzindo em maior insegurança e precariedade. Pois longe já de poder desenvolver uma carreira laboral unificada, percebem como as oportunidades se restringem, desenhando um caminho fragmentando, incerto e descontínuo (MIRALLES, 2019, p. 87).

Nesse contexto, avalia Miralles (2019), diminuem as chances de se obter um emprego estável, de maneira que os indivíduos se sentem impelidos a empreender ações adaptativas, o que gera um tipo de trabalhador com habilidades portáteis, adaptáveis a funções diversas, conforme as demandas. Para Castells, “essa flexibilidade de trabalho foi traduzida, em muitos casos, na flexibilidade do trabalhador e, portanto, na insegurança sistêmica do trabalho” (CASTELLS, 2003, p. 66). Nesse contexto de insegurança, a noção de forja do caráter apresenta-se ameaçada.

Nesse ambiente laboral de fluxo constante, os participantes se veem privados das ferramentas necessárias para poder unir as experiências, estabelecer vínculos sociais duradouros e, em definitivo para solidificar o caráter. Encontram-se forçados a intentar sobreviver na imediatez, sem poder adquirir uma consciência clara não só de sua própria situação, de suas possibilidades e aspirações, mas tampouco do funcionamento profundo do mundo institucional pelo qual transitam (MIRALLES, 2019, p. 87).

A descrição coincide com o que Adela Cortina (2007a, p. 249) definiu como o “trunfo do curto prazo sobre o médio e o longo prazos”. Trata-se de uma realidade temerária já que “o curto prazo é suicida para as pessoas, organizações e povos”, porque é uma necessidade do ser humano organizar a própria vida com inteligência. As pessoas “precisam ordenar as distintas metas, apostando pelo esforço presente para possibilitar o maior bem em médio e longo prazo, que é o tempo humano” (CORTINA, 2007a, p. 249).

Ao que tudo indica, o triunfo do curto prazo tende a se intensificar ainda mais, considerando-se as características da nova revolução tecnológica já em curso, que será responsável por mudanças em um nível jamais experimentado pelos seres humanos antes (SCHWAB, 2016, p. 6). Essa é a perspectiva da chamada “quarta

revolução industrial” ou “indústria 4.0”, expressões que começaram a ganhar visibilidade a partir do Fórum Econômico Mundial de 2016. Uma das marcas da indústria 4.0 é exatamente a velocidade com que as mudanças estão ocorrerão.

A perspectiva é que a fusão (em fase inicial) dos mundos físico, biológico e digital irá dinamizar, de forma inédita, os processos industriais, a partir da onda de descobertas ligadas à conectividade: robôs, drones, cidades inteligentes, Internet das Coisas (Iot), Inteligência Artificial (AI) e pesquisas sobre o cérebro humano. Sendo assim, não se trata simplesmente de revolução das fábricas, mas do surgimento de fábricas verdadeiramente inteligentes. Isso será possível porque os sistemas ciberfísicos combinam máquinas com processos digitais e são capazes de tomar decisões descentralizadas, de cooperar entre eles e com os humanos graças a Internet das Coisas (SCHWAB, 2016). A quinta geração de rede de internet e transmissão de dados, a 5G, já em operação em alguns países, como Coreia do Sul, China e Suécia (e em fase inicial no Brasil), será a grande aliada da indústria 4.0 para garantir maior produtividade.

Prevê-se que a dinamização dos processos industriais fará com que o mundo se torne cada vez mais obsoleto a cada década, revolucionando o universo do emprego e, por conseguinte, o da educação. Conforme consta no Relatório do Fórum Econômico Mundial (2016, p. 8), os países, diante de cenários em constantes transformações, deverão “preparar a força de trabalho e desenvolver modelos de formação acadêmica para trabalhar com máquinas (e em colaboração com elas) cada vez mais capazes, conectadas e inteligentes”. Ainda segundo o mencionado relatório, a previsão é que as escolas do futuro se transformem em centros de desenvolvimento de competências. É neste contexto que o termo “Educação 4.0” começa a ganhar visibilidade, enquanto resposta às exigências da Indústria 4.0. De acordo com a *Federação of Indian Chambers of Commerce and Industry* (FICCI, 2017), a Educação 4.0 coloca o aprendiz no centro do ecossistema e capacita-o a estruturar caminhos individuais, tendo em mente o resultado final. A exigência é que o educando esteja em permanente atualização, devido a já mencionada obsolescência das tecnologias que caracterizará a nova revolução. Nesse sentido, o relatório *The New Work Order* (2015), da *Foundation for Young Australians* (FYA), recomenda que se dê mais ênfase às habilidades digitais e ao empreendedorismo na escola, a fim de preparar o aluno, que está na sala de aula hoje para o amanhã. Nessa perspectiva, a Indústria 4.0 requer alunos com habilidades de resolução de

problemas, criatividade e capacidade de pensamento analítico. Já o papel de um professor “passará de um educador para um facilitador, um treinador e um mentor” (FICCI, 2017).

Convém notar que nesses relatórios são enfatizados os papéis que as pessoas têm nesta nova etapa, mas é como se elas não estivessem presentes nos espaços que lhes correspondem (HONNETH, 2011). O que vai na contramão do reconhecimento cordial, o qual considera todos os indivíduos como interlocutores válidos capazes de tomar decisões. Visto nessa perspectiva, entendemos que, contraditoriamente, os afetados pelas mudanças ocasionadas pela nova revolução não são os verdadeiros protagonistas nesta nova fase da humanidade, apesar das declarações a respeito de sua importância. Para Lucarelli (2003), o protagonismo acentua o caráter de ator principal em contraponto com a perspectiva de executor, preponderante na racionalidade técnica. O protagonismo pressupõe a participação ativa dos sujeitos e não apenas a ideia de participação simbólica, que gera nas pessoas a “ilusão de exercer um poder inexistente” (WERTHEIN; ARGUMEDO, 1985, p. 160).

Michel Young (2011) apresenta um posicionamento crítico a respeito dos critérios que definem o que deve ser ensinado nas escolas a partir das exigências externas. Young (2011, p. 610) condena o instrumentalismo que afeta as políticas educacionais, fazendo da educação “um meio” e não a sua razão de ser “como um fim”. O autor se refere aos currículos desenvolvidos para alcançar objetivos, tais como “contribuir para a economia” ou “motivar aprendizes descontentes”, desconsiderando o motivo pelo qual existem escolas. Para Young, se a educação é instrumentalizada, também o são todos os seus agentes.

Já na década de 60 do século passado, o psicanalista Erich Fromm, estudioso do comportamento humano, advertia sobre os riscos de um industrialismo insaciável, capaz de violar a dignidade humana. Uma das maiores ameaças detectadas por Erich Fromm diz respeito a “um industrialismo cada vez mais mecanizado, no qual o homem se torna uma coisa” (FROMM, 1964, p. 27). Para Fromm, quando as pessoas são vistas como objetos, sua importância reduz-se a regras estatísticas de comportamento de massa e não como indivíduos. Fato que gera um estilo patológico de vida:

Na realidade, a civilização burocrático-industrial que triunfou na Europa e nos Estados Unidos criou um novo tipo de homem, que pode ser descrito como homem de organização, autômato e consumidor. Ele também é *homo mechanicus*, pelo que entendo um homem artefato, profundamente atraído por tudo o que é mecânico e predisposto ao que não está vivo (FROMM, 1964, p. 28).

Para o psicanalista, se no passado havia o perigo de os homens se converterem em escravos, "o perigo do futuro é que os homens se tornem robôs ou autômatos (FROMM, 1975, p. 298), meios para atender às exigências de um industrialismo voraz.

Mais do que nunca a reflexão crítica se faz necessária já que a proposta de sociedade - e de educação - nos moldes desta nova face do industrialismo, indica fortes traços de uma racionalidade instrumental, segundo a qual poderes econômicos acabam por anular o indivíduo (ADORNO; HORKHEIMER, 2014, p. 13). O que se observa é que os propagadores da indústria 4.0 estão indicando aos sistemas educacionais de que forma estes devem se adaptar para corresponder às expectativas da revolução em curso, a saber: o desenvolvimento de habilidades técnicas e sociais. Porém, como vimos até aqui esta não pode ser a única preocupação dos educadores, porque tais habilidades não são suficientes para que uma sociedade seja autenticamente democrática. Pelo contrário, a democracia pressupõe valores para os quais a racionalidade instrumental é cega, como a autonomia e a solidariedade (CORTINA; MARTÍNEZ, 1996, p 177).

Outro ponto a ser considerado, diante das perspectivas apresentadas pelo Fórum Econômico Mundial, é a incompatibilidade entre as constantes mudanças - que tornam tudo obsoleto em pouco tempo e a meta de desenvolvimento integral do ser humano, que segue critérios que demandam tempo, reconhecimento mútuo e profícuo diálogo entre todos os afetados. Os avanços tecnológicos, no curto prazo, vêm sendo impostos à sociedade sem que se tenha espaço para discutir a respeito das consequências deles. Diante disso, observamos uma falta de sincronismo entre as inovações tecnológicas e o mundo moral, já que o êxito da educação moral depende da degustação, interiorização, e para isso se necessita de tempo: dos médio e longo prazos para a forja do caráter, como defende Adela Cortina:

Para forjar um caráter, na linha que expusemos, precisamos de tempo, precisamos definir metas e objetivos para longo prazo, a partir do qual as metas intermediárias fazem sentido. [...] Projetos éticos não são, portanto,

projetos imediatos que podem ser realizadas em um curto período de tempo, por exemplo, no presente no futuro imediato, mas precisam contar com o futuro (CORTINA, 2000, p.21).

Isto é, a ética é um tipo de saber que necessita tempo para criar uma forma de vida, necessita projetar-se ao futuro a partir do presente e do passado (CORTINA, 1993, p. 268), enquanto na revolução anunciada prevalece o curto prazo. Portanto, se considerarmos o pensamento de Adela Cortina, podemos constatar que há uma incompatibilidade entre o mundo moral e a proposta da quarta revolução industrial.

No quadro apresentado, que tanto enfatiza o protagonismo das novas tecnologias, “o cultivo do coração e razão parece que tem ficado descuidado” (CALANDÍN, 2019, p.). O momento atual exige o comprometimento ético das empresas, em um cenário explicitamente desafiador.

#### 4.3 Princípios de uma ética cívica

Uma das apostas de Adela Cortina para que uma empresa aja eticamente é o fortalecimento das práticas de Responsabilidade Social da Empresa (RES). Adela Cortina considera que “estas normas se constituem em uma excelente ferramenta de gestão, uma boa medida de prudência e uma incontornável exigência de justiça, permitindo medir-se o progresso de uma economia ética” (CORTINA, 2020, p.180). Contudo, a Responsabilidade Social da Empresa não pode ser mera cosmética.

Não pode se resumir a indicadores que serão publicados. Palavras, planos não resolvem se não houver um real comprometimento para que tudo não se reduza à burocracia. Os dirigentes têm de assumir um compromisso pessoal, como parte do seu caráter. Não pode ser uma responsabilidade social de aparências. Porque se não incorporam a preocupação de assumir sua responsabilidade como parte de seu caráter, de seus hábitos, tudo será um misto de burocracia e cosmética, que pode ser benéfico para os afetados pela empresa no curto prazo, mas ainda é temporário (CORTINA, 2007a, p. 24).

Embora concorde que as empresas socialmente responsáveis tenham alcançado marcos importantes na vanguarda de civilização do mercado, Zamagni (2014) crê que o momento atual exige mais, isto é, um giro radical: a transição da responsabilidade social para a responsabilidade civil da empresa.

De fato, creio que já não seja suficiente as empresas se comprometerem com os seus *stakeholders* - internos e externos - tratando de refinar e aplicar cada vez mais amplamente os padrões que decidiram adotar. Na verdade, sendo elas mesmas uma classe de interesse bastante poderosa, as empresas devem encontrar uma forma de dialogar de forma argumentativa com os governos e a sociedade civil organizada (ZAMAGNI, 2014, p.212).

Segundo tal concepção, o papel da empresa - especialmente no futuro -, não será somente o de produzir riqueza de uma maneira socialmente aceitável, mas também o de concorrer, junto com o Estado e com a sociedade civil organizada, para redesenhar o marco econômico e institucional herdado do passado recente. De acordo com esse modelo, a empresa não se contentará em cumprir as regras do jogo dadas por outros, mas como jogadora influente do mercado deverá contribuir e reescrever todas as regras que se tornaram obsoletas ou incapazes de assegurar a sustentabilidade do desenvolvimento humano integral (ZAMAGNI, 2014). Desta forma, Zamagni entende que a empresa civil é aquela capaz de se converter em intérprete e protagonista de uma sociedade que está mudando profundamente. A proposta é que a empresa venha a se tornar uma amiga da sociedade.

A sociedade civil é 'amiga da sociedade', porque é capaz de reconhecer que nela há paixões que, não sendo mercadoria, não podem ser tratadas da mesma forma que mercadoria. Quando isso acontece - e acontece com frequência - é o bem da própria empresa que é prejudicado e não apenas o bem comum da *civitas*. Não é difícil perceber isso (ZAMAGNI, 2014, p. 212).

Faz-se necessário, conforme alerta Adela Cortina (2007a), sair da condição de servo no campo econômico e construir uma cidadania econômica – atualmente escassa no mercado e bastante ignorada pelos filósofos.

As alusões ao mercado, para o bem ou para o mal, as menções ao capitalismo, positivas ou negativas, são inúmeras, mas um tratamento sério da cidadania econômica se destaca por sua ausência. Aparentemente, muitas vezes se presume que a economia pertence àquele mundo sem princípios

éticos, àquele "ateísmo do mundo ético" de que falava Hegel, em que impera a racionalidade estratégica, onde a razão moral é desnecessária. (CORTINA, 2007a, p. 30).

Cortina adverte que as obrigações morais devem se concretizar e inspirar desenhos institucionais, atuando regidas por princípios. Em sua teoria da razão cordial, a filósofa apresenta cinco princípios que ela julga serem fundamentais para o desenvolvimento de uma ética cívica. Quatro deles são exigências que surgem do núcleo do reconhecimento cordial da igualdade em dignidade; o quinto se refere à relação dos seres humanos com a natureza não humana. São eles: a) não instrumentalizar as pessoas - princípio da não instrumentalização; b) empoderá-las - princípio das capacidades; c) distribuir equitativamente as cargas e os benefícios, tendo como referência interesses universalizáveis - princípio da justiça distributiva); d) tomar as decisões tendo conta dialogicamente aos afetados pelas normas de justiça - princípio dialógico; e) minimizar o dano no caso de seres sensíveis não humanos e trabalhar por um desenvolvimento sustentável - princípio da responsabilidade pelos seres indefesos não humanos (CORTINA, 2007a, p. 223).

#### 4.4 Exigências do reconhecimento cordial

Em uma das três formulações de seu Imperativo Categórico, Immanuel Kant afirma: "age de tal maneira que trates a humanidade, tanto na tua pessoa como na pessoa de outrem, sempre como um fim e nunca como um meio" (KANT, 2007, p. 69). Para Kant, o princípio primeiro de toda ética é o de que o ser humano existe como um fim em si mesmo, não simplesmente como meio do qual esta ou aquela vontade possa se servir (COMPARATO, 2006, p. 459). Com essa máxima moral, o filósofo está declarando a dignidade dos seres humanos, e é fundamentada nela que Adela Cortina (2007a) formula o primeiro princípio de uma ética cívica cordial, que é o da não instrumentalização dos seres humanos. Trata-se de uma exigência: as pessoas nunca podem ser tratadas como instrumentos ou meios, elas são os fins de qualquer ação; não podem ser colocadas "a serviço de fins que elas não escolheram, precisamente porque elas podem escolher suas próprias metas"

(CORTINA, 2007a, 224). Os seres humanos não devem servir a propósitos; eles têm valor objetivo - não um preço como as coisas - portanto, devem ser tratados com respeito especial:

Devemos respeitar o fato de que outras pessoas têm fins (isto é interesses, objetivos, projetos, etc.) e são capazes de raciocinar a respeito desses fins e de agir segundo aquelas razões. Assim sendo, qualquer tratamento de outras pessoas deve ser embasado por razões com as quais aquelas pessoas concordariam se estivessem pensando racionalmente (FURROW, 2007, p. 58).

Por conseguinte, é uma obrigação, na perspectiva do reconhecimento cordial, a não instrumentalização, o respeito à autonomia alheia e à própria. Pelo valor que possuem, só pelo fato de existirem, as pessoas não podem ser manipuladas como coisas:

O outro não pode ser manipulado contra seus fins, nem devo permitir que outros me manipulem. A humanidade é antes de tudo um fim limitador das ações humanas e, portanto, não é legítimo prejudicar as pessoas ou tampouco instrumentalizá-las contra seus próprios planos vitais, desde que esses planos não sejam prejudiciais a outras pessoas (CORTINA, 2007a, P. 224).

Esse princípio aplica-se a todas as esferas da vida humana; o limite da atividade política, econômica e científica é a não manipulação, portanto, qualquer desenho institucional deve obedecer ao princípio que proíbe instrumentalizar. Não é moralmente justo utilizar o ser humano para fins além do seu próprio bem, sejam eles econômicos, científicos ou políticos, nem os suplantar no momento de decidir em que consiste seu bem (CORTINA, 2007a, p. 224). Segundo Pires,

o princípio da não instrumentalização que, a partir de Kant, a filósofa espanhola integra, poderá ser entendido como o pilar que sustenta justiça e cuidado, abrindo vias possíveis de um novo sentido do universalismo em ética, um universalismo atento às situações das vivências particulares de sofrimento e exclusão, e aos diferentes contextos de violação da dignidade (PIRES, 2013, p. 219).

Entretanto, não se trata apenas de não manipular, “o reconhecimento recíproco na forma da dignidade humana exige considerar as pessoas como fim positivo das atividades humanas e não apenas como fim limitador” (CORTINA,

2007a, p. 225). Dessa forma, o segundo princípio de uma ética *cordis* prevê que, para além da não manipulação, as pessoas devam ter suas capacidades potencializadas, de forma que possam levar adiante seus planos de vida que elas mesmas elegeram. O respeito à dignidade humana, indo além do dever de não causar danos às pessoas, exige empoderá-las “em seus projetos de autorrealização, seus projetos de vida, sempre que com eles não prejudiquem a outros seres humanos” (CORTINA, 2007a, p. 225).

No que se refere ao objeto desta dissertação, entendemos que esses dois primeiros princípios são essenciais para a análise da oferta de cursos livres *online*. Os sujeitos que irão dispor seus saberes na internet precisam estar conscientes de que as pessoas não são meios e sim fins, que têm dignidade e não preço, devendo ser empoderadas em suas capacidades e não instrumentalizadas. Assim, essa nova metodologia de aprendizagem contribuirá para o desenvolvimento das pessoas, e não representará uma ameaça à dignidade delas.

Outro aspecto contemplado pelo segundo princípio se refere às desigualdades sociais: as pessoas deverão ter condições e liberdade para serem agentes de suas próprias vidas, tendo autonomia para desenvolver seus projetos.

Ser capaz de fazer escolhas com vistas ao bem-estar é uma capacidade valiosa, mas é também, e acima de tudo, liberdade de ação, na qual uma pessoa é a protagonista de sua própria novela, autora de sua própria vida. Não é feito por eles, como é costume no caso de raças oprimidas, grupos étnicos explorados, mulheres, os pobres; mas cada pessoa tem poder suficiente para levar adiante a vida que escolheu viver. E a sociedade é obrigada, como um mínimo por justiça, a fortalecer esse poder, a empoderá-lo para ser o sujeito e agente de sua vida (CORTINA, 2007a, p. 226).

Nesse contexto, as desigualdades sociais e a pobreza não são, para Adela Cortina, apenas uma questão de falta de meios materiais. Para a filósofa, “a pobreza é antes de mais falta de liberdade para levar pela frente planos de vida que uma pessoa tem razões para valorizar: é pobre quem não pode desenvolver os projetos vitais que poderia, razoavelmente, desejar” (CORTINA; PEREIRA, 2009, p. 19). Segundo Pires (2013), Cortina rejeita uma visão paternalista sobre a pobreza justamente por defender o direito de as pessoas terem as condições necessárias para concretizar os seus planos. Pires entende que “a pobreza, sendo impeditiva dessa liberdade de escolha é, também, limitadora da verdadeira humanização” (PIRES, 2013, p. 280).

Para tanto, é imprescindível a distribuição justa dos recursos, pressuposto do terceiro princípio da ética da razão cordial. Para fundamentá-lo, Adela Cortina recorre à teoria de John Rawls (1921-2002) de distribuição de bens primários, aqueles bens que qualquer pessoa deseja para ter uma vida digna. No entanto, é elementar para Adela Cortina (2007a) que os próprios afetados pela decisão tenham capacidade para defender seus próprios interesses. Trata-se de uma fonte de obrigação moral, exigida pelo reconhecimento recíproco, que os sujeitos tenham voz e autonomia para que possam escolher o que consideram essencial. Por isso, Cortina (2007a) propõe que o modelo de justiça a ser aplicado é o do “interlocutor válido”, que consiste em empoderar às pessoas para que possam ser interlocutoras.

Os afetados são os melhores intérpretes de suas necessidades, portanto, eles deveriam ser cidadãos econômicos. A liberdade é o caminho para a liberdade. E não só nos países em desenvolvimento, mas também nos supostamente desenvolvidos, onde os cidadãos atuam mais como eleitores do que como protagonistas da vida em comum (CORTINA, 2007a, p. 238).

Dessa maneira, é fundamental valorizar-se o diálogo, quarto princípio da *ethica cordis*. É no diálogo que se torna possível exercer a dupla dimensão de cada pessoa: a da autonomia que a torna capaz de se relacionar com os outros e a dimensão da autorrealização a que cada uma aspira (CORTINA, 1993, p. 222). Participar do diálogo vai muito além do direito de eleger seus representantes, porque o aumento da participação eleitoral não corresponde necessariamente a

maior igualdade econômica, proteção de dois direitos econômicos, sociais e culturais, nem, em muitos países, às garantias civis, todos esses componentes da cidadania social. Assim, há uma assimetria profunda entre as três dimensões da cidadania: a extensão do voto, a cidadania política ativa e a cidadania social e econômica (CORTINA, 2007a, p.237).

Porém, para que se chegue a esse nível de cidadania ativa, faz-se necessário haver uma transição de uma democracia de eleitores para uma democracia de cidadãos (CORTINA, 2007a). Não se pode legislar sem contar com a participação dialógica dos afetados naquelas questões que lhes afetam, porque mesmo que seja preciso a assessoria de *experts* nos assuntos, são os afetados que melhor percebem os efeitos dos sistemas político e econômico, são eles que conhecem mais a fundo seus interesses (CORTINA, 2007a).

A participação dialógica é imprescindível em todas as esferas da vida social, como nas empresas e atividades científicas, a fim de que as pessoas tenham também influência sobre as decisões que são tomadas (CORTINA, 2007a). Dessa forma, as relações econômico-empresariais fundamentadas no reconhecimento cordial se dão a partir da consideração de que todos são interlocutores válidos e pelo estabelecimento das obrigações mútuas que se estabelecem entre eles (GONZÁLES-ESTEBAN, 2019, p. 65). Seguindo o mesmo raciocínio, García-Marzá (2004, p. 158) aponta alguns critérios para que uma empresa seja considerada ética: as decisões, ações e políticas por ela adotadas, assim com as consequências e efeitos das mesmas em relação aos interesses em jogo, devem ser aceitas por todos os implicados e/ou afetados, presentes e futuros, em um diálogo aberto em condições simétricas de participação.

Adela Cortina inclui no rol dos princípios da ética cordial a natureza e os seres indefesos não humanos. Dessa maneira, o quinto princípio refere-se à minimização do dano aos seres sensíveis não humanos incapazes de se defender, como no caso dos animais, bem como de toda a natureza (Cortina 2007a). Trata-se de uma obrigação moral responsabilizar-se pelos seres não humanos que, sendo valiosos, devem ser protegidos; assim esta é uma relação que se dá por meio de vínculos de responsabilidade (CORTINA, 2007a, p. 51). Nesse sentido, a conservação do meio ambiente e da diversidade também são valores de uma ética cívica. A natureza merece proteção e as atividades que se desenvolvem a respeito dela devem ocorrer sob a perspectiva do desenvolvimento sustentável, que beneficia a própria natureza (CORTINA, 2007a).

O êxito dessas propostas depende, como temos tratado ao longo deste texto, de que cidadãos, organizações e instituições tenham um *êthos* forjado a fim de construir juntos uma sociedade justa e compassiva. Segundo os preceitos de Adela Cortina (2007a), se os indivíduos não forem forjados dentro de valores mínimos de justiça a serem compartilhados por todos os membros de uma sociedade e se não forem capazes de ser compassivos, a convivência com outros indivíduos está ameaçada.

Sendo a internet um ambiente de interações humanas, partimos do pressuposto de que os ensinamentos de Cortina também sejam aplicáveis ao mundo *online*. Mesmo que neste espaço a comunicação seja mediada por diferentes tecnologias, inclusive pela Inteligência Artificial, são as pessoas que estão à frente

de todas as práticas virtuais. Sendo assim, na esteira do raciocínio que perpassou esta dissertação, da forja do *êthos*, compreendemos que pessoas forjadas para o bem, para as virtudes, agirão com excelência de caráter também na internet. Desta forma, pressupomos que os princípios constitutivos da *ethica cordis*, aplicados ao *e-learning*, poderão contribuir para o desenvolvimento das pessoas se tiverem como principal motivação a capacitação e empoderamento delas. Contudo, se as plataformas digitais que oferecem esse método de aprendizagem ignorarem os princípios de uma ética cívica, capazes de articular justiça e cuidado, importando-se apenas com o lucro financeiro (bem externo), estarão desrespeitando a dignidade humana, base de uma razão cordial.

Nosso interesse fundamenta-se na constatação de que no ciberespaço - um ambiente reconhecidamente de interações sociais e compartilhamentos de conteúdos -, as demandas por educação têm sido apropriadas cada vez mais pela racionalidade instrumental como única instância de verdade, e isso tem redefinido a forma como as pessoas recebem e compartilham conteúdos, sobretudo os educativos. A nosso ver, essa apropriação, orientada por interesses de grupos e indivíduos que visam sobretudo ao lucro, podem engendrar uma reconfiguração na forma como as pessoas produzem e consomem informações. Fenômeno que buscaremos avaliar no próximo capítulo, tendo por base os princípios estabelecidos pela *ethica cordis*.

## 5 O CIBERESPAÇO COMO AMBIENTE DE VENDA DE SABERES: UMA ANÁLISE NA PERSPECTIVA DA RAZÃO CORDIAL

Neste capítulo, o último da dissertação, nosso propósito é apresentar uma análise do fenômeno da disseminação de cursos livres *online* à luz da teoria da razão cordial, tomando por base práticas adotadas e disseminadas pela maior plataforma de negócios digitais da América Latina, a Hotmart. Desta forma, o capítulo ficou assim dividido: a) A reorganização social a partir do uso de tecnologias digitais; b) Novas formas de transmitir os saberes *versus* a mercantilização do conhecimento; c) Os cursos livres no Brasil: um fenômeno em expansão; d) Foco nos produtores de conteúdo; e) A venda de saberes na internet analisada à luz da Razão Cordial.

### 5.1 A reorganização social a partir do uso de tecnologias digitais

A popularização do uso de tecnologias digitais tem provocado um processo crescente de reorganização das relações sociais, afetando de diferentes modos os mais diversos aspectos da ação humana (COUTO JÚNIOR *et al*, 2019). Uma dessas mudanças atingiu de forma direta a produção e o consumo de conhecimento e informações.

A imersão cada vez maior no ciberespaço traz novos modos de ser e estar no mundo, a maneira que vivemos se configura em novos formatos, construímos conhecimentos de outras formas e a maneira como lidamos com a pluralidade de redes e tecnologias disponíveis despertam em nós outras aprendizagens e necessidades. No contexto das dinâmicas ciberculturais, vimos desenvolvendo novos hábitos e práticas sociais, novas relações com os espaços e com a forma como produzimos, acessamos e consumimos informações (COUTO JÚNIOR *et al*, 2019, p. 1141).

A internet provocou mudanças significativas na vida das pessoas, engendrando uma nova relação delas com o saber. Dessa forma, no ciberespaço<sup>17</sup>, produzir e compartilhar são palavras-chave. Este é um ambiente disponível para a participação de internautas de todos os cantos do globo que, cada vez mais, interagem a partir de dispositivos digitais em conexão contínua (FERREIRA; COUTO JÚNIOR, 2018). Sendo assim, as tecnologias intelectuais presentes na internet engendraram uma nova economia do conhecimento, segundo a qual cada indivíduo, grupo ou organização são considerados como recursos de aprendizagem potenciais ao serviço de percurso de formação contínua e personalizado (LÉVY, 1999, p. 173). Uma vez que a cibercultura oportuniza aos usuários atuar ativamente nos processos de interação colaborativos, estes deixam de ser apenas consumidores de conteúdo, “passando também a criar, disponibilizar e compartilhar suas autorias em rede” (SANTOS; CARVALHO, 2018, p. 34).

Porém, se é um fato que os homens e mulheres contemporâneos estão experimentando possibilidades de expressão pública, interconexão sem fronteiras e de acesso à informação sem precedentes na história humana (LÉVY, 2011), também é inegável que tais relações não estão isentas de ameaças. A era em que vivemos não é apenas a do acesso, é também a era do consumo (CORTINA, 2002).

Na era do acesso, observa Cortina (2002), as oportunidades de consumo aumentam ao longo do tempo em proporção geométrica. A qualquer hora do dia ou da noite a rede abre caminho para adquirir novas mercadorias, entrar em um clube, visitar lojas, buscar conselhos com produtos inimagináveis de mercados proativos que antecipam desejos do cliente potencial. Com isso, oportunidades de consumo aumentam no espaço de um universo globalizado graças às redes de computadores:

Com efeito, na Sociedade da Informação, não só ‘Sociedade Pós-industrial’, redes de consumo chegam aos confins da terra abrindo assim um universo de possibilidades. A era do acesso pode significar pura e simplesmente a última fase do capitalismo, que vê satisfez seu desejo de trazer todo o tempo humano para a arena comercial (CORTINA, 2002, p. 16).

Essa combinação que tem feito da internet um lugar propício para relações dominadas por uma lógica mercantil. Ou seja, critérios que organizam a

---

<sup>17</sup> Nesta dissertação, usaremos as palavras internet e ciberespaço como sinônimas, acompanhando a definição de Santaella (2108, p.236): “o ciberespaço não é outra coisa senão uma maneira metafórica de nomear a internet, a rede das redes.”

contemporaneidade, o dinheiro e o desejo pelo poder aquisitivo (SIBILIA, 2012) cada vez mais estão se manifestando fortemente também no ciberespaço, afetando de forma direta as interações que nele são estabelecidas. Compreendemos que isso ocorre porque apesar do processo de algoritmização presente no ciberespaço, por exemplo, ainda são os seres humanos que estão na condução das práticas digitais, imprimindo nelas seus “vícios e suas virtudes”. Nesse sentido, embora ainda exista muito conteúdo disponível de forma gratuita, com características que atendem a um ideal de democratização do conhecimento, é observável uma série de práticas de compartilhamento de conteúdo que, a nosso ver, representam uma ameaça à transmissão de saberes no mundo digital.

## 5.2 Novas formas de transmitir os saberes *versus* a mercantilização do conhecimento

Pierre Lévy (1999) observa que se no passado um pequeno grupo de pessoas dominava o conjunto dos principais saberes da humanidade, hoje, o conhecimento passou definitivamente para o lado do não totalizável, do indomável. Ele aponta que

a grande questão da cibercultura é a transição de uma formação institucionalizada (a escola, a universidade) para uma situação generalizada de troca de saberes, o ensino da sociedade por ela mesma, de reconhecimento autogerenciado, móvel e contextual das competências (LEVY, 1999, p. 172).

No que diz respeito aos processos de ensino e aprendizagem, a evolução de aparatos tecnológicos digitais foi um fator determinante para o surgimento dos cursos livres na modalidade Mooc<sup>18</sup>. Os Moocs, cursos *online* abertos e massivos, estão abrindo um caminho para o modelo de formação destinada a um grande número de pessoas (CARMO, 2018). Quanto à evolução e desenvolvimento

---

<sup>18</sup> *Massive Open Online Courses* (MOOC).

histórico, “os Moocs podem ser considerados um tipo de configuração de EaD intensamente mediada por tecnologias digitais de informação e comunicação” (CARMO, 2018, p. 459). Assim, um Mooc é uma forma particular de *e-learning*, modalidade de ensino que começou a se desenvolver com força graças à denominada Web 2.0, entendida como “internet viva, a *hipernet*, a internet ativa” (TAPSCOTT, 2010, p. 69). Beneficiadas pela tecnologia e por uma nova mentalidade, mediada pelo digital, as plataformas digitais nasceram e se expandiram, multiplicando o número de cursos em um “ritmo estonteante” (CARMO, 2018, p. 460).

Isso ocorre porque, atualmente, basta ter em mãos um *smartphone* e conexão com a internet para que qualquer pessoa - que assim o queira - além de buscar um novo conhecimento, possa compartilhar o que ela própria sabe, sem necessitar da autorização de alguma instituição educativa ou da apresentação de seu *currículo lattes*. Esse é um dos princípios dos cursos livres *online*, que se inscrevem dentro da modalidade *e-learning*. Eles se desenvolveram a partir do aprimoramento de infraestruturas digitais e se encaixam na perspectiva de práticas fundadas no princípio do compartilhamento de conhecimentos independentemente das instituições formais de ensino. São assim denominados porque, apesar de haver autorização para que sejam oferecidos, não estão sujeitos à regulamentação de algum órgão oficial. Dessa forma, quem quer que se sinta apto a compartilhar um conhecimento poderá ter seu próprio curso e ser remunerado por seu trabalho. O pré-requisito é saber algo, querer ensinar e dispor de um mínimo de estrutura tecnológica. Facilidades que encontraram um terreno fértil na mentalidade empreendedora digital, responsável por promover a visibilidade dessa modalidade de cursos no espaço virtual, em um mercado que a cada ano tem se revelado mais promissor<sup>19</sup>.

Os cursos livres pertencem à categoria dos infoprodutos, os quais são criados e distribuídos em formato digital. Além dos cursos, são considerados infoprodutos *e-books*, videoaulas, infográficos e podcasts. Em geral, os produtos digitais são ofertados em plataformas de negócios, sob a promessa de prover informações para o desenvolvimento profissional, acadêmico, crescimento na carreira, aumento do poder aquisitivo e resoluções dos mais distintos problemas e necessidades

---

<sup>19</sup> Segundo a consultora norte-americana *Global Market Insights*, o mercado de *e-learning* global deve movimentar US\$ 240 bilhões em 2023.

(HOTMART, 2017b). Paralelamente, surge uma nova forma de negócio: grupos ou indivíduos que “ensinam como ensinar” e “como ganhar dinheiro pela internet” a partir do próprio conhecimento.

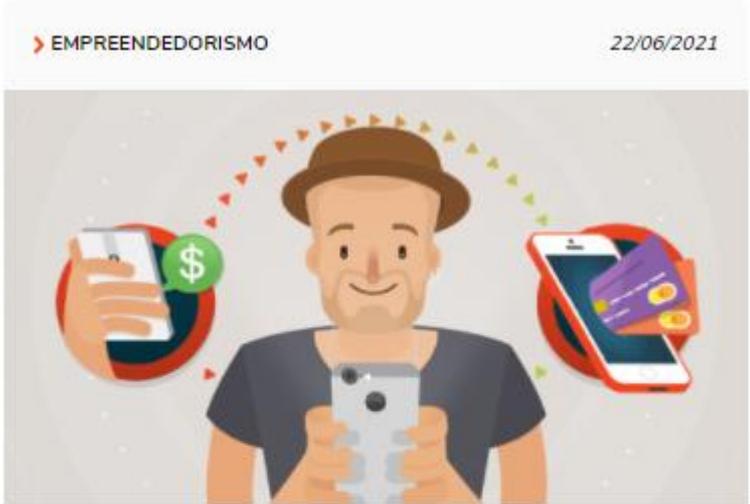
Entendemos que o apelo de vendas de infoprodutos encontra um grande respaldo em uma tendência da modernidade: a necessidade de as pessoas continuarem aprendendo ao longo da vida. O profissional contemporâneo, frente às constantes mudanças, sente-se impelido a manter e enriquecer sua coleção de competências de forma contínua. Isso ocorre porque os saberes não são estáveis, mas um “saber-fluxo-caótico” (LÉVY, 1999, p.173). Como bem observou Pierre Lévy (1999), já no fim do século passado, estava ocorrendo um fenômeno inédito em relação ao mundo do trabalho: pela primeira vez na história da humanidade, a maioria das competências adquiridas por uma pessoa no início de seu percurso profissional estariam obsoletas ao fim de sua carreira.

Dessa forma, por exigências do mercado – e também pela falta de vagas nele - os indivíduos se veem na obrigação de buscar constantemente aperfeiçoamento de suas habilidades. Apesar dessa necessidade, as instituições formais de ensino não dão conta de atender às demandas; não há vagas suficientes, e mesmo que houvesse, estas não seriam acessíveis a todos. Entendemos que por estar atenta às brechas dos sistemas educativos e às demandas de uma sociedade cada vez mais conectada digitalmente, a “indústria” do conhecimento independente ganha cada vez mais força, consolidando-se como um modelo de ensino e de aprendizagem no ciberespaço. O fato se expressa nas plataformas que disponibilizam cursos livres, voltados à carreira e negócios. Segundo a Hotmart, este é o nicho de vendas mais procurado na plataforma.

Esse segmento apresenta alto desempenho entre os mais vendidos devido à procura por soluções para aumentar e diversificar a renda e também à concorrência no mercado de trabalho, que faz com que os profissionais busquem se destacar cada vez mais (HOTMART, 2018).

Além disso, o próprio ambiente virtual torna-se um espaço no qual é possível obter-se renda (FIGURA 2). Assim, a mentalidade empreendedora tem se expandido cada vez mais no mundo *online*, e os infoprodutos são apresentados como excelentes possibilidades de negócios com lucros escaláveis:

Uma pessoa que mora no Japão pode comprar seu curso *online* agora e ter acesso a ele sem precisar que nenhum de vocês dois tenham que se locomover para isso. Enquanto ela acessa seu produto digital, outro comprador pode estar fazendo isto em outro lugar do mundo. Em poucas palavras, um modelo de negócio escalável é aquele que possui capacidade de aumentar seu faturamento exponencialmente, sem precisar elevar seus custos na mesma proporção. Como o seu produto é 100% digital, você não precisa produzir um novo curso do zero toda vez que uma nova pessoa fecha negócio com você. Com apenas um único produto, você consegue fazer milhares de vendas! Entenda mais sobre esse tema em nosso *post* que explica o que são produtos digitais e como ganhar dinheiro com eles. (HOTMART, 2021e).



The infographic features a central illustration of a man in a brown hat and blue shirt holding a smartphone. Above him, a dotted line of colorful triangles (red, yellow, green) arches over his head. To his left, a hand holds a smartphone with a green dollar sign icon. To his right, a hand holds a smartphone with a purple credit card icon. The background is light gray with small white stars.

EMPREENDEDORISMO 22/06/2021

**Como ganhar dinheiro online? Confira 5 maneiras de gerar renda na internet**

Quer uma renda extra, mas não sabe como conseguir? Leia nosso artigo e confira 5 dicas para ganhar dinheiro online.

Figura 2: Divulgação do empreendedorismo digital  
Fonte: Blog da Hotmart (2021)

A área da educação é uma das mais visadas. Segundo a Hotmart (2018), a maior plataforma de hospedagem de cursos *online* da América Latina, os infoprodutos sobre educação ocupam o terceiro lugar nas vendas da plataforma. A oferta de saberes é ampla, abarcando os mais diferentes temas. Porém, entre os

infoprodutos mais vendidos estão os que oferecem soluções para dificuldades específicas de aprendizagem, como às relativas ao Enem ou concursos em geral.

Contudo, independentemente do conteúdo disponibilizado e do nicho mercadológico em que estão inseridos, é possível observar determinadas características que perpassam a forma como os cursos livres são oferecidos pelas principais plataformas digitais. Nesta dissertação, tomaremos como base de nossa análise, como já indicado, a Hotmart, pela grande influência que tem no ramo de negócios digitais da América Latina.

### 5.3 Os cursos livres no Brasil: um fenômeno em expansão

Os números comprovam que, atualmente, os cursos livres são mais procurados do que os cursos de ensino a distância regulamentados. Conforme o último censo realizado pela Associação Brasileira de Educação a Distância (Abed), os cursos livres *online* computaram 4.905.762 de matrículas, em 2018, entre as instituições que participaram da pesquisa. Nesse mesmo ano, os cursos regulamentados atingiram 2.538.934 inscrições, quase cinquenta por cento a menos. Uma pesquisa feita pelo Ibope Conecta, plataforma de pesquisas *online* do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope Inteligência), no primeiro semestre de 2019, revelou que 48% dos internautas brasileiros já fizeram cursos pela internet. Desses, 52% disseram ter recorrido a cursos livres (IBOPE CONECTA, 2019). No Brasil, em 2018, o mercado dos cursos livres movimentou R\$ 14 bilhões, e a tendência é de um crescimento entre 5% e 9% ao ano (STARTESE, 2020).

Nesse contexto, é importante registrar (embora não seja o foco desta dissertação) que a pandemia causada pelo coronavírus acendeu os holofotes sobre a educação a distância, aumentando a procura por cursos *online*, já nas primeiras semanas após o começo do isolamento social. Segundo reportagem publicada pelo Jornal “O Globo”, um levantamento do Google mostrou que a busca por especializações a distância (entre livres e regulamentados), no Brasil, teve um salto de 130%, no primeiro mês da pandemia. As plataformas digitais encontraram no

isolamento social uma grande oportunidade para exaltar os benefícios dos cursos livres, numa tentativa de aumentar suas vendas. A Hotmart, para incrementar seus negócios, criou o curso “Quarentena impulsionada, o momento de expandir *online*” (HOTMART, 2020b). O anúncio do curso foi feito com a seguinte chamada: “Quarentena é um isolamento, mas no mundo digital é uma vitrine”.

De acordo com dados do censo EAD de 2018, os cursos livres não corporativos estão em ascensão. A projeção de crescimento era de 29% a partir daquele ano. Esses dados são de antes da pandemia de Covid-19. Imagine daqui para frente, considerando que a procura por cursos *online* cresceu 130% durante a pandemia (HOTMART 2020b).

Um mercado promissor para o empreendedorismo digital e o carro-chefe da Hotmart, maior plataforma digital de negócios da América Latina, a qual iremos analisar neste capítulo. A plataforma está há dez anos no mercado e conta com mais de 370 mil produtos cadastrados, 26 milhões de usuários e vendas realizadas para mais de 188 países<sup>20</sup>. Trata-se de uma empresa global de tecnologia e educação, com sede em Amsterdã, nos Países Baixos, e escritórios no Brasil, Espanha, Colômbia, México, Estados Unidos, Reino Unido e México.

Nesta plataforma são promovidos o empreendedorismo e a educação a distância (EAD) por meio da comercialização e distribuição de produtos digitais. O *slogan* da empresa expressa sua versatilidade: “Na Hotmart você ensina, aprende e empreende *online*” (FIGURA 3). Neste ambiente é possível reunir tanto quem quer vender, promover ou comprar cursos *online*, vídeos, assinaturas, *e-books*, ingressos para eventos ou qualquer outra mídia digital. A plataforma afirma-se como uma alternativa para quem começar um negócio do zero, levantar um negócio que está parado, dar um novo passo na sua carreira, aprendendo uma nova habilidade ou promover produtos para uma audiência.

Mas, para muito além disso, somos uma empresa cuja missão é permitir que qualquer pessoa possa expandir suas possibilidades sendo parte do nosso universo. Seja criando um negócio digital e aumentando sua renda ou fazendo um curso *online* para aprender novas habilidade (HOTMART, 2021e).

---

<sup>20</sup> Informações disponibilizadas no site da plataforma, com dados atualizados em julho de 2021.



Figura 3: material de divulgação da Hotmart  
Fonte: Blog da Hotmart (2021)

O trabalho alicerça-se nas seguintes premissas: a) uma pessoa com conhecimento em determinada área cria um produto (como um curso *online* ou um *ebook*) para compartilhar sua habilidade com o mundo; b) pessoas com um bom relacionamento e facilidade em fazer vendas ajudam a divulgar e a vender esse produto para o consumidor em troca de uma comissão e c) o consumidor que está em busca de um novo conhecimento pode comprar o produto na plataforma.

Nesta dissertação, analisamos o *modus operandi* da Hotmart em relação aos professores/produtores de conhecimento. Tal análise será feita em duas etapas. A primeira consiste em descobrir quais são as estratégias que a empresa adota para captar produtores que irão disponibilizar seus conteúdos na plataforma. Em um segundo momento, iremos verificar de que forma a plataforma “ensina a ensinar” pela internet, isto é, táticas para quem deseja empreender no ciberespaço. A análise crítica, tendo por base o referencial teórico apresentando nos capítulos anteriores,

sobretudo, os fundamentos da razão Cordial, de Adela Cortina, será feita ao fim de cada uma dessas etapas.

#### 5.4 Foco nos produtores de conteúdos

Pelo fato de a educação ser um dos nichos mais lucrativos no mercado dos infoprodutos, os professores com experiência no ensino presencial são muito visados pela plataforma, a qual disponibiliza conteúdos específicos a esses profissionais, tais como cursos para dar aulas *online* (FIGURA 4).



Figura 4: Material de divulgação voltado aos professores  
Fonte: Blog da Hotmart (2020)

Porém, uma das características que distinguem os cursos livres dos regulamentados é que as aulas podem ser ministradas por pessoas que não dependem nem de diploma nem do respaldo de alguma instituição de ensino.

Educar é uma arte nobre e cada um que se propõe a transmitir conhecimento tem uma importante missão para com quem recebe o ensinamento. E não só professores são capazes de abraçar essa missão, mas qualquer pessoa que possa contribuir com sua experiência profissional ou pessoal para ensinar e ajudar outras pessoas (HOTMART, 2021a).

Dessa forma, os “professores” podem prescindir de formação acadêmica já que o apelo de venda dos produtos se fundamenta fortemente no sucesso de quem está compartilhando seu conhecimento. A mentalidade que predomina é a de que “qualquer um pode literalmente ter um curso sobre qualquer assunto que domina” (HOTMART, 2020a). Nesse caso, qualquer conhecimento pode ser transmitido (FIGURA 5).

A imagem é um banner de divulgação de curso online. O texto principal diz: "Nunca foi tão fácil transformar o que você sabe | em um negócio digital." Abaixo disso, há um subtítulo: "Todas as soluções pra empreender na internet com agilidade e segurança. Aqui você tem acesso às melhores ferramentas para impulsionar suas vendas online." Na base do banner, há dois botões: um laranja com o texto "Começar um negócio digital" e um branco com o texto "Comprar um curso" e um ícone de lupa.

Figura 5: material de divulgação de curso *online*  
Fonte: Blog da Hotmart (2020)

No blog da Hotmart, é disponibilizada uma variedade de materiais que incentivam as pessoas a se tornarem empreendedoras. Nesse espaço, o mercado *online* é sempre apresentado como muito promissor para aqueles que, além de ter um conhecimento, souberem usar as ferramentas corretas para vender (FIGURA 6). Nesse sentido, os cursos *online* são considerados uma atividade ideal para quem deseja complementar a renda ou tornar disso sua principal fonte, porque, segundo a empresa, “vender cursos *online* é uma aposta certa de negócio!” (HOTMART, 2021a).



Figura 6: banner de divulgação  
Fonte: Blog da Hotmart (2021)

Segundo apregoa a plataforma, colocar o conhecimento à disposição das demais pessoas é uma ação altruísta: “o mundo evoluiria mais rápido se todas as pessoas pudessem compartilhar sempre o que elas têm de mais valor” (HOTMART, 2021a). A Hotmart argumenta que é preciso que as pessoas compartilhem os conhecimentos que lhes são valiosos, aquilo que elas sabem fazer melhor. Contudo, ao ensinar como preparar um curso *online*, o discurso muda e esse critério se torna secundário, porque o conteúdo a ser compartilhado deve estar sujeito ao potencial de lucro. O importante passa a ser a demanda e, se esta não for suficientemente lucrativa, a ideia deve ser flexibilizada. Dessa forma, a orientação publicada no blog da plataforma é que os produtores se dediquem àqueles nichos que mais podem trazer resultados positivos do ponto de vista financeiro. Com isso, o “conhecimento valioso” acaba tendo de se sujeitar ao conhecimento mais rentável:

Pode ser que você seja um músico incrível e saiba tocar muito bem gaita. Com isso, seria mais intuitivo criar e vender cursos *online* que ensinem a tocar esse instrumento, não é mesmo? Porém, você pode acabar percebendo que a gaita não é um instrumento musical tão procurado assim. Então, é preferível pensar em outros assuntos que sejam mais pesquisados, como aulas que ensinam a ler partitura, por exemplo. Pode ser que você não seja um especialista nesse tema, mas como já tem um pouco mais de afinidade por estar na mesma área de atuação que a sua, com certeza será mais fácil e prazeroso aprender sobre o tema para poder ensiná-lo (HOTMART, 2021a).

Percebe-se que essa nova versão é incongruente com o apelo de compartilhamento de saber por altruísmo. Observa-se que a plataforma, inclusive, incentiva que as pessoas substituam o que realmente sabem por assuntos que, embora não sejam de sua especialidade, possam ser mais lucrativos. Esse é um dos exemplos que demonstram a relação intrínseca entre ensinar pela internet e a atividade financeira. A expectativa de sucesso financeiro perpassa todas as ofertas de cursos destinados a quem tem conhecimentos a serem compartilhados. Tal fato é observável em diferentes materiais de divulgação, nos quais a tarefa do ensino é apresentada como uma grande oportunidade de bons negócios: “Seu conhecimento tem valor. Transforme o que você sabe em um produto digital e venda para milhões de pessoas ao redor do mundo” (FIGURA 7).



Figura 7: banner de divulgação voltado a produtores de conteúdo  
Fonte: Blog da Hotmart (2020)

Atenta ao potencial dos professores/produtores que ainda não sabem usar os recursos pra trabalhar *online*, a empresa investe em cursos voltados a esse público, para ensiná-lo a criar e vender seu próprio conteúdo (FIGURAS 8 e 9). Um dos anúncios expostos, no blog da Hotmart, promete ensinar como dar aulas pela internet da seguinte forma: “um guia para ganhar dinheiro ensinando! Você já pensou em lucrar como professor *online*? Leia este guia que ensina a empreender

pela internet com cursos *online* que podem ser mais um sucesso para sua carreira” (FIGURA 9).

EDUCAÇÃO 19/11/2019



**Como dar aulas online: um guia para ganhar dinheiro ensinando!**

Você já pensou em lucrar como professor online?  
Leia este guia que ensina a empreender pela internet com cursos online que podem ser mais um sucesso para sua carreira.

Figura 8: material de divulgação para professores  
Fonte: Blog da Hotmart (2019)

**Como ganhar dinheiro na internet dando aulas particulares online?**

Entenda como usar seu conhecimento para gerar renda.



Você já sabe que o mercado de trabalho está passando por inúmeras transformações. Com isso, percebemos que algumas profissões estão perdendo espaço, porém, ao mesmo tempo, várias outras estão surgindo.

Nesse contexto, percebemos que a internet tem se destacado como um dos maiores produtos da revolução tecnológica, e ela tem funcionado como palco para que novos profissionais mostrem seu talento.

Figura 9: material de divulgação para professores  
Fonte: Blog da Hotmart, 2021

Nessa perspectiva, a plataforma cria paralelos para mostrar aos professores as vantagens de migrar para o ensino *online*.

Um dos grandes motivos para apostar em aulas *online* é o fato que o ensino à distância democratizou o acesso à educação. É claro que as aulas presenciais possuem benefícios, mas os desafios de acompanhar esse tipo de aula são maiores. É preciso que o aluno separe um tempo maior para se deslocar até o local e o professor precisa cuidar de vários outros detalhes, como o local da aula, equipamentos, etc. No caso dos cursos *online*, isso não acontece. O aluno pode se programar para assistir às aulas de acordo com a sua rotina. E se for uma aula ao vivo, ela pode ficar gravada para que ser assistida depois. Ou seja, para ambos os lados, aulas *online* significa conforto, flexibilidade, autonomia e economia (HOTMART, 2020a).

A promessa é a escalada de ganhos, o que significa produzir determinado material uma vez e comercializá-lo de forma indefinida. O argumento é que, diferentemente dos empregos convencionais, nos quais se recebe por hora, na

internet há um rompimento da barreira do espaço e do tempo, o que permite que as vendas sejam realizadas de forma simultânea para pessoas que estejam em qualquer parte do mundo a qualquer horário:

Uma das principais vantagens de se criar produtos digitais e vendê-lo na internet, é que os lucros se tornam escaláveis, uma vez que as oportunidades de vendas são exponencialmente maiores que cursos presenciais. Pense bem: você produz um curso digital uma vez e poderá vender o mesmo material inúmeras vezes pela internet (HOTMART, 2017a).

Além do ganho financeiro, a atividade *online* garantirá uma vida mais cômoda, já que o trabalho poderá ser feito a distância. Esse conceito alicerça umas das maiores motivações por trás das aulas *online*. A ideia de que o professor irá preparar suas aulas e, após isso, poderá vender o material produzido infinitas vezes. Nessa abordagem, é possível observar que os alunos são vistos como uma grande massa amorfa, já que as necessidades particulares não poderão ser contempladas, pelo fato de que o mesmo material será usado indefinidas vezes para indefinidas pessoas.

Ancorada na ideia de lucro e vida mais cômoda, a plataforma também incentiva que o exercício do ofício em sala de aula de forma presencial deixe de ser prioridade para o professor. Caso ele tenha sucesso, a relação *online* deverá ter prevalência: “a princípio, você pode pensar nos cursos digitais como um complemento da sua renda. Mas aos poucos, você pode acabar percebendo que isso será o carro-chefe da sua vida profissional” (HOTMART, 2020a).

Ao apresentarmos abordagens que se referem à chance de professores obterem ganhos financeiros na internet, não estamos colocando em questão o fato de um profissional, em seus projetos de vida feliz (ética de máximos), almejar ou ser incentivado a aspirar a um bom trabalho que lhe gere uma boa remuneração e uma vida de mais qualidade. Tampouco pretendemos invalidar a transmissão de saberes pela internet por meio do formato da educação a distância, especialmente dos cursos livres não regulamentados ou, ainda, que estamos refutarmos a legitimidade do trabalho de plataformas digitais. Não é este o propósito desta dissertação. O que se pretende discutir é um tipo de mentalidade que está invadindo o ciberespaço, associando o ato de ensinar de forma intrínseca ao dinheiro, como motivação primária. Tal conduta contraria um princípio ético: segundo Martínez Navarro (2011,

p.57), uma profissão não deve ser exercida tendo o lucro como motivação principal, já que “a profissão propriamente dita é um tipo de atividade socialmente definida que tem por objetivo favorecer a coletividade”. Como destaca Cortina, nem tudo na vida se resume a dinheiro” (CORTINA, 2007a, p.72). Há um problema moral quando o dinheiro é o fim e todas as demais coisas são os meios para alcançá-lo (CORTINA, 2000). Existem preços que nem as pessoas nem as organizações podem pagar se quiserem agir, não só de forma prudente, mas também justa” (CORTINA, 2000, p. 26).

A ênfase na busca do interesse pessoal, propagada pelos empreendedores digitais, em nosso entendimento acaba por reforçar o comportamento que caracteriza o *homo oeconomicus*, enquanto um ser humano ocupado unicamente com seu bem-estar (CALVO, 2019). Dentro dessa lógica, os bens internos da atividade do ensino - os quais dão sentido à sua existência - são preteridos em relação aos bens externos. Como pontua Cortina (2000), é importante ter em conta que a legitimidade do ato de ensinar não é conferida pelo dinheiro, prestígio e poder. A atividade educativa, por seu caráter social, não existe para que alguém se torne rico, mas para tentar transmitir os conhecimentos com vistas à dignidade humana (CORTINA, 2000, p. 23).

A filósofa acredita que uma atividade social possa proporcionar bens externos, mas com a devida consideração aos bens internos. Nesse caso, a atividade docente pode proporcionar dinheiro e prestígio, desde que seu bem interno, que é transmitir ensinamentos, formando pessoas autônomas e críticas (CORTINA, 1996, 26), seja preservado. Cortina entende que o desvirtuamento de uma atividade social, acaba por configurar-se como corrupção:

A corrupção das diferentes atividades e instituições se dá quando aqueles que delas participam não as consideram pelo que elas são, visto que eles não dão valor ao bem interno que através delas se busca e que lhes dá sentido, especificidade e legitimidade. Eles as realizam exclusivamente por causa dos bens externos que podem alcançar graças a ela: vantagens econômicas, vantagens sociais, poder. Com isso, tal atividade e os que a praticam acabam perdendo a legitimidade social e, por conseguinte, toda credibilidade. Pois quando uma atividade e as instituições através das quais ela se realiza deixam de buscar o fim para o qual estão socialmente legitimadas, elas se desnaturalizam, se corrompem e ficam obviamente sem legitimação. A propósito, é bom lembrar que a corrupção não é apenas ilegal, mas também imoral (CORTINA, 1996, p. 26).

Percebe-se que a filósofa não é contra a obtenção “moderada” dos bens externos. Ela julga que estes são necessários à vida, pois todos precisam de meios econômicos para manter uma existência digna, alcançar um reconhecimento social que permita ter uma certa autoestima, sem a qual nada se pode empreender, e, enfim, poder fazer as coisas desejadas. O problema, assim, está na desnaturalização das atividades como um todo, na exata medida em que uma sociedade só busca prioritariamente os bens externos. Existe um risco de que empresas focadas preferencialmente nos resultados acabem por atuar a partir de suas próprias regras do jogo, lançando mão de que qualquer meio que resulte no fim almejado (CORTINA, 1993, p. 267).

A sociedade, segundo Cortina, torna-se desmoralizada quando as diferentes atividades perdem a própria substância, pelo fato de que quem as realiza prefere os bens externos aos internos, de tal modo que todas as atividades acabam por homogeneizar-se e sua única meta passa a ser, finalmente, o dinheiro, o prestígio e o poder (CORTINA, 1996, 27). A corrupção se manifesta, para a filósofa, quando a naturalização desta inversão de prioridades chega a tal ponto que as pessoas que realizam suas atividades corretamente motivadas pelo seu bem interno acabam sendo desprezadas e tidas por “tolas” (CORTINA, 1996, p. 27)

No caso da internet, é preciso considerar seriamente o fato de que essa noção de que o conhecimento tem valor financeiro está sendo amplamente propagada. Por isso, julgamos que existe um risco de este ambiente vir a ser dominado por uma mentalidade mercenária, que ameaça o senso de gratuidade, ainda manifestado em compartilhamentos espontâneos e desinteressados. O mercenário, aqui entendido, é aquele indivíduo interesseiro, que age apenas motivado por algum tipo de benefício pessoal, seja financeiro ou qualquer outro que lhe traga algum tipo de vantagem.

Nossa preocupação fundamenta-se na observação de determinadas dinâmicas que incentivam as pessoas a disporem de seus conhecimentos na internet fundamentalmente motivadas por vantagens econômicas ou de bem-estar. Nesse sentido, notamos que a tarefa educativa no ciberespaço está cada vez mais sendo moldada de forma a se sujeitar à lógica do *business is business*. Fato que ficará mais evidente ao analisarmos estratégias de persuasão amplamente disseminadas na venda de cursos livres: os gatilhos mentais.

## 5.5 Estratégias de vendas: o uso dos gatilhos mentais para convencer o público a comprar

Seguindo a lógica do mercado digital, para ganhar dinheiro é preciso produzir um material e vendê-lo, mas para isso é preciso dominar tanto a tecnologia como as estratégias de vendas. Atenta à tal demanda por formação e geração de renda, a Hotmart disponibiliza diversos materiais que auxiliam na capacitação profissional de quem se interessar em abrir seu negócio próprio, melhorar sua performance na profissão atual ou começar uma nova carreira. É possível encontrar no blog da plataforma infoprodutos gratuitos, entre cursos, *e-books*, artigos e vídeos, com esta finalidade.

Desse modo, os empreendedores ou futuros empreendedores acabam por ter acesso de forma facilitada a uma série de estratégias que antes da explosão do mercado digital eram dominadas, em geral, apenas pelos “profissionais da persuasão” (CIALDINI, 2012, p. 12), tais como as técnicas que pertencem ao âmbito do neuromarketing:

Esta é a ciência que une os estudos de marketing com os da neurociência e que contribui muito para as estratégias de marketing e vendas. O principal objetivo do neuromarketing é entender o comportamento do consumidor. Alguns exemplos de perguntas que os estudos na área respondem é: por que os consumidores compram da marca X e não da Y? Como o cérebro humano reage a determinada cor? Qual emoção aumenta as chances da pessoa comprar? Qual o tipo de texto mais chama a atenção? (HOTMART, 2019).

Entre as ferramentas que pertencem à área do neuromarketing, estão os gatilhos mentais. Estes são considerados importantes porque são “diretrizes que o nosso cérebro adota para não precisar fazer todo um trabalho de reflexão a cada tomada de decisão” (CARVALHO, 2015, p. 4). Segundo Carvalho (2015), os gatilhos são usados com a finalidade de ativar a zona de pensamento rápido de outra pessoa, devendo ser usados por aqueles que desejam persuadir, influenciar ou vender um produto ou ideia, sem que o interlocutor utilize o crivo da razão. Por isso, os gatilhos são considerados armas potentes para aqueles que trabalham com vendas ou marketing digital, pelo fato de serem ferramentas que induzem as pessoas a comprar.

Os gatilhos são armas poderosas, porque são com os gatilhos mentais, por meio de conteúdo, que podemos influenciar as pessoas a tomarem decisões. Neste caso significa que são os gatilhos os responsáveis por chamar a atenção do cliente e converter os leads<sup>21</sup> (HOTMART, 2019).

Os gatilhos mentais têm por objetivo transformar um mero usuário da internet em *lead*, para depois torná-lo um cliente e, para tanto, é preciso conhecer o comportamento do consumidor, para levá-lo a comprar:

Em seus estudos centenários, os neurocientistas entenderam que tomar uma decisão é irracional no cérebro humano. Aliás, pode até ser racional. Mas começa na parte irracional. Isso explica alguns virais e porquê compramos alguns produtos sem ao menos precisar deles naquele momento (HOTMART, 2019).

A Hotmart ensina que um gatilho mental atua para acionar as partes do cérebro responsáveis pelas emoções, sendo considerado o primeiro estímulo ao cérebro. “O marketing utiliza gatilhos mentais em suas estratégias há muito tempo. Tudo para provocar as partes cerebrais. Seja com símbolos, frases ou até mensagem subliminares” (HOTMART, 2019). A plataforma aconselha a “usar e abusar dos gatilhos mentais”, inclusive, tratando-os como truques:

Uma das técnicas de vendas mais utilizadas tanto dentro quanto fora da internet são os gatilhos mentais. Essa técnica consiste em estimular a decisão de compra dos consumidores com alguns truques simples que ressaltam o valor do produto ou serviço oferecido. Os gatilhos mentais se aproveitam que o cérebro humano toma muitas decisões de maneira automatizada, por meio de sinais memorizados no subconsciente. Esses truques incluem limitar o período em que uma promoção fica disponível, usar depoimentos de clientes reais e até pedir a ajuda de autoridades de mercado para ressaltar as qualidades de uma mercadoria (HOTMART, 2021b).

---

<sup>21</sup> Lead, na linguagem do marketing digital, é um cliente em potencial que demonstra interesse em determinado negócio e, por isso, fornece seus dados de contato, seja preenchendo um formulário no site de vendas, se cadastrando para receber um newsletter ou baixando um material. Ou seja, trata-se de um usuário que, mesmo que ainda não tenha comprado nada, está atento a determinado produto e deseja mais informações. Assim torna-se de suma importância ter acesso ao e-mail ou o telefone desse cliente em potencial, para que seja possível nutrir uma relação com ele, enviando conteúdos, preparando o terreno para uma futura venda! (HOTMART, 2020a).

O que no *marketing* convencionou-se chamar de gatilhos mentais, o psicólogo e estudioso sobre o comportamento do consumidor, Robert Cialdini, autor do livro “Armas da Persuasão”, define como princípios da persuasão. Segundo Cialdini (2012), embora os profissionais da persuasão empreguem milhares de técnicas para convencer, a maioria delas se enquadra em seis categorias básicas, sendo cada uma delas governada por um dos princípios psicológicos fundamentais que comandam a conduta humana: reciprocidade, coerência, aprovação social, afinidade, autoridade e escassez<sup>22</sup>. Na obra supracitada, o autor aborda a função desses princípios na sociedade e como um profissional da persuasão pode mobilizar “seu poder e incorporá-los habilmente em pedidos de compras, doações, concessões, votos ou permissões” (CIALDINI, 2012, p. 13). O estudioso também analisou a capacidade que cada um desses princípios tem de produzir nas pessoas um tipo singular de consentimento automático e impensado:

Ou seja, uma disposição em dizer ‘sim’ sem pensar primeiro. Indícios sugerem que o ritmo acelerado e o bombardeio de informações da vida moderna tornarão essa forma específica de persuasão cada vez mais predominante. Será ainda mais importante para a sociedade, portanto, entender como e por que a influência automática ocorre (CIALDINI, 2012, p. 13).

O psicólogo explica que isso ocorre porque é uma característica humana o uso de atalhos para tomar decisões sem ter que analisar de forma minuciosa e completa cada uma das outras informações da situação. Segundo Cialdini (2012), a vantagem dessa reação de atalho está em sua eficiência e economia. Ao reagir automaticamente a uma característica desencadeadora informativa, o indivíduo poupa tempo, energia e capacidade mental. Contudo, tal reação traz consigo uma virtual vulnerabilidade a erros:

Ao reagir a apenas uma informação isolada disponível, o indivíduo aumenta as chances de se equivocar, sobretudo quando faz algo de forma automática, sem pensar. A probabilidade de erro aumenta ainda mais quando outros indivíduos procuram se beneficiar estimulando (por meio da manipulação de características desencadeadoras) um comportamento desejado em

---

<sup>22</sup> Apesar da distinção feita pelo autor, nesta dissertação não iremos desenvolver cada uma destas categorias. Nosso intuito é apresentar exemplos de como os gatilhos são apresentados pela plataforma em estudo. A Hotmart trabalha com uma série de outros gatilhos, sendo que estes podem ser usados de forma interligadas, dependendo do objetivo que se pretende alcançar.

momentos inapropriados. Grande parte do processo de persuasão (pelo qual uma pessoa é compelida a concordar com a solicitação de outra) pode ser entendida como uma tendência humana pela reação automática na forma de atalho (CIALDINI, 2012, p. 14).

O autor observa que a maioria dos indivíduos em nossa cultura desenvolveu um “conjunto de características desencadeadoras para o consentimento, ou seja, um conjunto de informações específicas que normalmente apontam quando acatar um pedido pode ser correto e benéfico” (CIALDINI, 2012, p. 32). Cada uma dessas características pode ser usada como uma arma de influência para estimular as pessoas a concordarem com pedidos (CIALDINI, 2012).

O marketing digital é hábil e aposta nesse recurso de convencimento. Valendo-se do conhecimento da conduta humana, adquirido por meio do neuromarketing e uso estratégico dos gatilhos mentais, a Hotmart propaga livremente em seu blog quais meios devem ser usados para induzir alguém a agir conforme se deseja. Assim, a empresa ensina que os gatilhos mentais devem ser amplamente usados para atrair o cliente em sua jornada de compra no ilimitado mundo *online*:

No ambiente dos canais da internet, o principal objetivo é chamar a atenção da sua audiência e de possíveis clientes. Enquanto o usuário navega pelo *feed* do Instagram é bombardeado com milhares de conteúdo em imagem ou vídeo. É na primeira impressão, naquele instinto primitivo, que algum conteúdo chama a atenção e impacta a pessoa. A reação da pessoa deve estar bem posicionada. Seja na imagem, na primeira linha de um texto, no assunto de um e-mail ou em um dos resultados da página de buscas do Google (HOTMART, 2019).

Em nossa análise, entendemos que o uso de gatilhos mentais evidencia uma forma de comunicação não inteligível, gerando empecilhos para que os interlocutores decifrem a real intenção da abordagem. Isto é, as pessoas não revelam de forma clara seus propósitos; ao contrário escondem-nos por meios de subterfúgios linguísticos.

Nesse ponto, parece-nos pertinente confrontar a prática dos gatilhos mentais com a concepção de Adela Cortina sobre a forja de caráter. Está claro para Cortina que pessoas verdadeiramente justas agem bem em qualquer circunstância, mesmo que suas ações jamais venham a ser descobertas. Em seu livro *Ética da razão*

cordial (2007a), a filósofa recorre à lenda do anel de Gíges, rei de Lídia, narrada por Platão em “A República”, para corroborar seu raciocínio. A ideia central da lenda gira em torno da possibilidade de um homem sendo considerado justo - ao portar um anel que lhe confere poderes de ficar invisível -, cometer atos injustos, dado que ninguém viria a descobrir seus crimes, o que o deixaria impune, apesar do mal praticado. Para Adela Cortina, evidente está que alguém que assim se comporte não é justo.

Se o homem justo, tornando-se invisível graças ao anel de Gíges, deixa de ser assim porque sabe ficar impune, o que fica muito claro é que ele não é um homem justo. O homem justo é quem toma decisões justas ao longo de sua vida e é por isso que incorporou em seu caráter o hábito de decidir de maneira justa (CORTINA, 2007a, p. 70).

Entendemos que esse raciocínio, por analogia, aplica-se a condutas em ambientes *online*. Uma pessoa (ou empresa, organização e instituição) que no mundo virtual, protegida pela “invisibilidade”, usa estratégias manipuladoras, perfis falsos, fake news, *clickbait*s, uso de algoritmos de forma abusiva, não pode ser considerada honesta só porque tem a chance de “maquiar” ou esconder comportamentos moralmente maus sem que seus interlocutores percebam. Trata-se de alguém que não incorporou em seu caráter as virtudes necessárias para agir moralmente bem, conforme ensina a filósofa.

Outro aspecto a ser considerado, frente aos gatilhos mentais, é o fato de que obscurecer a linguagem, segundo Adela Cortina, é um atentado contra o próximo e contra a mais elementar razão, já que o ouvinte tem o direito de entender o sentido do que está sendo dito (CORTINA, 2007a). Para agir racionalmente a pessoa deve pensar bem antes para tomar uma decisão (CORTINA, 2000), contudo, como vimos, os gatilhos mentais dificultam o processo de raciocínio. Deste modo, alguém pode adquirir determinado produto no intuito de ter algum benefício, porém, por ter comprado de forma induzida, sua escolha pode não ter sido realmente a melhor.

Diante disso, compreendemos que esta prática, tão comum no mundo do marketing, ao desconsiderar a capacidade comunicativa e autonomia dos sujeitos, apresenta fortes traços de manipulação, ferindo o primeiro princípio de uma ética cívica cordial – que para Kant é o princípio primeiro de toda ética -, o da não instrumentalização dos seres humanos. O ser humano existe como um fim em si

mesmo, não simplesmente como um meio (KANT, 2007) e desrespeitar esse princípio é desrespeitar a própria dignidade humana.

As pessoas nunca podem ser tratadas como instrumentos ou meios, elas são os fins de qualquer ação. Ao serem induzidas a agir sem ter plena consciência das reais motivações de seus interlocutores, correm o risco de serem manipuladas. Ou seja, são colocadas “a serviço de fins que elas não escolheram” (CORTINA, 2007a, 224), ao invés de escolher suas próprias metas - que no caso estudado, seria o de decidir racionalmente, a partir de informações claras, se determinado curso ou qualquer outro infoproduto realmente lhe é oportuno ou não.

Como destaca Furrow (2007), as pessoas têm direito a ter seus próprios projetos, a partir da capacidade de raciocinar a respeito deles segundo suas próprias razões. “Assim sendo, qualquer tratamento de outras pessoas deve ser embasado por razões com as quais aquelas pessoas concordariam se estivessem pensando racionalmente” (FURROW, 2007, p. 58).

A lógica dos gatilhos mentais atua de forma oposta: são artifícios usados exatamente para que as pessoas comprem sem pensar, a fim de atender a meta de quem está vendendo. A razão cordial enfatiza o fato de que os seres humanos possuem valor objetivo, portanto, não devem servir a propósitos (CORTINA, 2007a).

A humanidade deve ser, portanto, também o fim limitador das relações econômico-empresariais que se estabelecem no mundo virtual. No reconhecimento cordial, todos são interlocutores válidos com obrigações mútuas. Portanto, à luz da referida teoria, torna-se uma exigência repensar a adoção de tais práticas já que as novas tecnologias midiáticas são mais do que simples suportes de comunicação. Elas influenciam “nosso modo de pensar, sentir, agir, de nos relacionarmos socialmente e adquirirmos conhecimentos. Criam uma nova cultura e um novo modelo de sociedade” (KENSKI, 2013. p. 25). Além disso, as transformações tecnológicas estão cada vez mais interferindo na tarefa de ensinar e aprender, em uma sociedade globalizada em que se faz necessário estar em “em permanente estado de aprendizagem e de adaptação ao novo” (KENSKI, 2013. p. 25). Sendo assim, podemos dizer que possuem influência de forma ativa da forja do *êthos* das pessoas e inclusive das instituições educativas.

Nesse contexto, acreditamos que grupos ou pessoas que disponibilizarem seus conhecimentos na internet, com o *êthos* forjado para o bem, poderão estar a serviço do segundo princípio da *ethica cordis*, o qual prevê que as pessoas devam

ter suas capacidades potencializadas a fim de possam levar adiante seus planos de vida que elas mesmas elegeram (CORTINA, 2007a).

O respeito à dignidade humana exige empoderar as pessoas “em seus projetos de autorrealização, seus projetos de vida, sempre que com eles não prejudiquem a outros seres humanos” (CORTINA, 2007a, p. 225). Assim sendo, os sujeitos que irão dispor de seus saberes na internet precisam estar compromissados, em primeiro lugar, com o desenvolvimento das pessoas. Neste ponto, recorrendo à teoria da razão cordial, entendemos que pessoas compassivas, que estejam dispostas a compartilhar seus saberes no mundo *online*, não irão persuadir de forma enganosa, mas serão capazes de viver “a arte de sintonizar com os sentimentos e interesses dos outros” (CORTINA, 2007a).

Compreendemos que a prática dos gatilhos mentais vai de encontro aos ideais da *ethica cordis* e, a fim de ilustrar tal constatação, na sequência apresentaremos quatro gatilhos<sup>23</sup> amplamente usados e disseminados pelas plataformas digitais.

### 5.5.1 Como os gatilhos são usados para persuadir: o gatilho da dor

Considerando, na perspectiva do neuromarketing, que o comportamento humano é impulsionado pela necessidade de evitar a dor ou pelo desejo de obter prazer, a Hotmart ensina que o primeiro passo de um empreendedor é usar o gatilho da “dor” (no sentido de problema, necessidade ou algo que causa algum sofrimento). A orientação é “conhecer bem o cliente ideal e saber os problemas que ele vivencia no dia a dia” (HOTMART, 2021e). Pode ser a necessidade de passar no vestibular, em um concurso, aprender um idioma, emagrecer, resolver um problema de saúde ou emocional. Dentro desta premissa, o produto a ser oferecido tem que ser apresentado como a solução do dilema que a pessoa está enfrentando.

---

<sup>23</sup> Apesar da existência de vários gatilhos, fizemos uma seleção baseada na observação dos que estão mais presentes nos materiais analisados no percorrer desta dissertação, bem como aqueles gatilhos que a própria plataforma destaca com mais frequência em suas abordagens.

Você tem que mostrar que entende o medo de seu público e que, por isso, criou um produto que pode ajudá-lo. Por exemplo: Se você criou um *ebook* para quem quer fazer um concurso público, é possível abordar o medo da pessoa não conseguir a carreira de seus sonhos. Mas essa não é a única opção. Você pode também focar em um desejo, uma realização pessoal. Um curso *online* que ensina a tocar violão pode abordar o desejo de sua persona desenvolver uma habilidade diferente e prazerosa (HOTMART, 2021e).

Após “explorar” o medo, então, o vendedor deve explicar como o seu produto irá solucionar esse medo ou desejo:

Na hora de fazer a descrição de produtos, crie tópicos que mostram claramente o que você está oferecendo. Mas não descreva nada complexo demais. Isso pode atrapalhar a compreensão do que está sendo oferecido. Seja objetivo e mostre que o processo é simples, acessível e eficiente. Se você complicar demais para descrever esse produto, a motivação de compra desaparecerá (HOTMART, 2021d).

Segundo Carvalho (2015, p. 23), é fundamental, primeiramente, conhecer a dor porque as pessoas são mais propensas a afastarem o que é ruim do que se aproximar do prazer: “isso porque geralmente associamos a falta de dor e sofrimento a uma conseqüente sensação de prazer ou, no mínimo, de estabilidade e segurança, especialmente emocional”. O autor diz que essa tendência é a que orienta toda e qualquer ação que tomamos. Portanto, venderão mais aqueles que conhecerem a dor alheia, apresentando seu produto com a solução.

Foque na dor das pessoas, fale sobre cada aspecto negativo daquele incômodo e como aquilo tem atrapalhado a vida do seu público-alvo. Apresente seu produto como a resolução definitiva e só depois disso, mostre como as pessoas desfrutarão do que você tem a oferecer. Isto é, apenas depois de mostrar os problemas e as soluções é que você deve relacionar seu produto a algo prazeroso. Faça isso usando palavras negativas para a primeira etapa de vendas (caso seja um vídeo, mostre isso na sua expressão). E, em seguida, usar palavras associadas à felicidade, ao prazer (CARVALHO, 2015, p. 23).

Segundo a Hotmart, esse gatilho mental terá mais sucesso se junto a ele as emoções forem acionadas por meio de histórias que estejam alinhadas à dor do público-alvo. Isto é, o anúncio se converterá em vendas mais facilmente se o vendedor souber usar a técnica do *storytelling* (FIGURA 10).

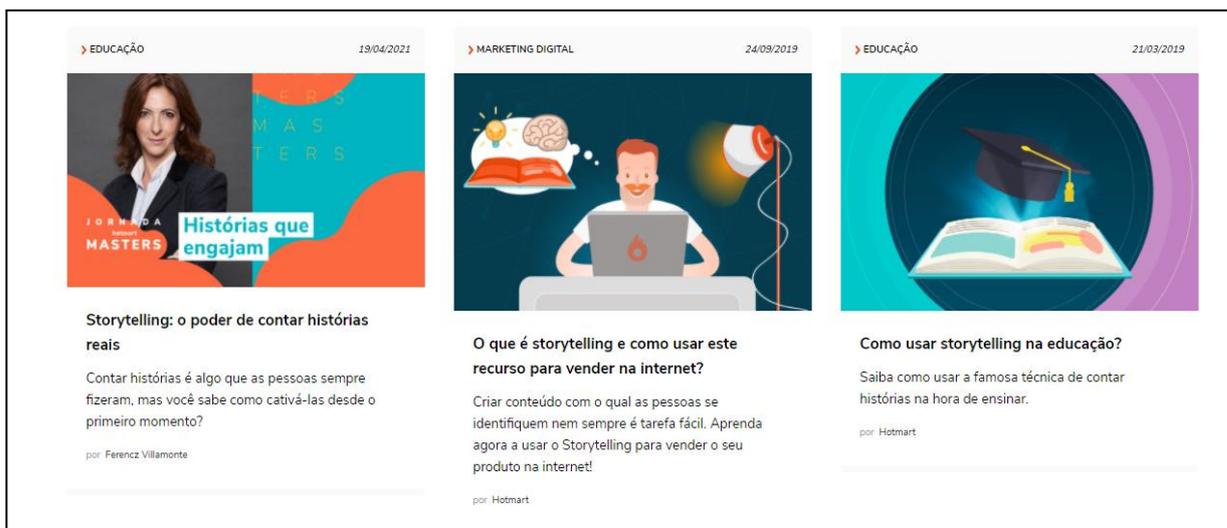


Figura 10: Material de motivação do gatilho mental *storytelling*  
Fonte: Blog da Hotmart (2021)

### 5.5.2 O gatilho do *Storytelling*: contando histórias que comovem e vendem

O *storytelling*, traduzido do Inglês, diz respeito à capacidade de contar histórias, um recurso utilizado há muito tempo com a finalidade de persuadir pessoas a comprarem produtos (HOTMART, 2017a). Isto é, o *storytelling* não se limita a uma narrativa, mas ao uso de determinadas estratégias que têm como finalidade envolver o público, transmitir mensagens com mais eficiência e aumentar as vendas.

Contar histórias ativa partes do cérebro associadas à visão, som, gosto e movimento, que podem influenciar uma pessoa a escolher um produto em vez de outro, embora ambos prometam solucionar o mesmo problema. Se você pesquisar por produtos para insônia, é provável que se identifique mais com a história de alguém que compartilha o mesmo problema do que com dados demográficos sobre o assunto (HOTMART, 2017a).

Portanto, as histórias devem ser contadas com a finalidade de criar uma conexão emocional entre pessoas e produtos, gerando empatia. Nesse sentido, o *storytelling* permite cativar o público com muito mais facilidade.

Uma história bem contada ativa partes do cérebro que permitem que o ouvinte seja “transportado” para dentro daquela experiência, por meio de um processo chamado de acoplamento neuronal. Durante esse processo, o cérebro do ouvinte também libera mais dopamina no sistema, tornando mais fácil o processo de lembrança e de associação (HOTMART, 2017a).

Embora possa haver uma diversidade no formato, a Hotmart orienta a usar no *storytelling* o recurso da “jornada do herói” e narrativas que passem a mensagem de “eu sou igual a você” (HOTMART, 2017a). A jornada do herói ou do monomito (FIGURA 11), é aquele texto no qual se coloca em evidência uma personagem que saiu de sua zona de conforto e solucionou um problema. Segundo ensina a plataforma, o objetivo é valorizar o que a personagem conquistou, levando o comprador a uma identificação com ela. De acordo com essa tática, é importante passar a mensagem “eu entendo você, eu tenho os mesmos sonhos que você ou então: nós enfrentamos os mesmos problemas” (HOTMART, 2019).



Figura 11: Material de divulgação do gatilho Jornada do herói  
 Fonte: Blog da Hotmart (2019)

A eficácia dessa construção, segundo a Hotmart, é que ao se criar esse tipo de conexão com o público, é natural que essas pessoas queiram saber como a solução foi encontrada, como na seguinte chamada: “Conheça a história de Maria, que emagreceu 21 quilos depois de usar nosso guia para uma alimentação saudável” (HOTMART, 2019). A emoção deve estar presente nas histórias compartilhadas, como no exemplo abaixo, apresentado no blog da Hotmart.

Fernanda estava desempregada. Passou por algumas dificuldades e foi desalojada do seu apartamento. Na época, em meio ao desespero, percebeu que precisava de uma mudança na vida para sobreviver com dignidade. Usou seu amor pela confeitaria e adquiriu o curso X para treinar mais. Abriu seu empreendimento e faz entrega dos seus produtos até em outras cidades (HOTMART, 2019).

A mensagem que se pretende passar é: “você precisa de ajuda e eu sei como te ajudar. Acesse e veja como posso te apoiar na resolução dos seus problemas” (HOTMART, 2019). Tática amplamente usada pelos “gurus” da internet, ao apresentarem como portadores de soluções para as mais diferentes dores. A narrativa da “jornada do herói” é uma das estratégias para que um empreendedor

saia do anonimato e passe a ser considerado uma autoridade em seu nicho. Autoridade esta que podemos verificar é fabricada a partir de alguns estratagemas.

Fica evidente que as técnicas empregadas não se identificam com o senso de compaixão que brota do reconhecimento recíproco entre aqueles que se veem “não apenas como interlocutores válidos, mas carne da mesma carne e osso do mesmo osso” (CORTINA, 2007a, p. 196), preconizado pela razão cordial. Nesse tipo de ação não prevalece uma razão integralmente humana que tenha incorporado a compaixão e a solidariedade. A dor alheia deve ser identificada com uma finalidade explícita: a exploração comercial.

Em Cortina (2007a, p. 190), a verdadeira compaixão é o “motor do sentido de justiça, que procura e encontra argumentos para construir um mundo à altura do que merecem os humanos, é o vínculo compassivo que brota do mais profundo do coração”. Perder o sentido da compaixão leva o ser humano a cometer atrocidades (CORTINA, 2007a), atrofiando suas capacidades de padecer com outros suas dores e desfrutar com eles suas alegrias” (CORTINA, 2007a, p. 194).

Desprovido do sentimento de compaixão, o sofrimento alheio não apenas pode tornar-se invisível, como existe o risco de as pessoas ficarem indiferentes ao mal (CORTINA, 2007a) ou usá-lo como meio de benefício pessoal, como acabamos de observar. A forma como a dor do próximo e as histórias de vida são tratadas no marketing digital, em nossa concepção, também se configuram como manipulativas porque as necessidades das pessoas podem ser instrumentalizadas com vistas ao benefício pessoal de quem tem algo a vender, seguindo uma lógica mercenária. O antídoto, conforme a *ethica cordis*, é incorporar a estas atividades “o reconhecimento cordial, despertando a capacidade de captar sentimentos dos outros e estar disposto a trabalhar por eles” (CORTINA, 2007a, p. 201), de forma sincera.

A pessoa compassiva não usa a dor alheia em proveito próprio, mas percebe que o outro está sofrendo e assume como parte do seu projeto de felicidade ajudá-lo a sair do seu sofrimento (CORTINA, 2020).

### 5.5.3 O gatilho da autoridade: criando gurus

Uma das características que distinguem os cursos livres dos regulamentados é que as aulas podem ser ministradas por pessoas cujas credenciais não dependem do respaldo de alguma instituição de ensino nem de órgãos governamentais. Contudo, não basta ter talento ou conhecimento, afinal, com a expansão do mercado digital, a maioria dos produtores de conteúdos ao embrenharem-se nessa forma de empreendedorismo ainda são anônimos. Eles são incentivados a começar o seu negócio digital “do zero” - trata-se de um jargão bastante utilizado no marketing digital para passar a ideia de que é possível começar um negócio na internet mesmo sem experiência ou produto, por exemplo (FIGURA 12).



Figura 12: Banner de divulgação do empreendedorismo digital  
Fonte: Blog da Hotmart, (2020)

Em vista disso, um dos gatilhos mentais imprescindíveis consiste em criar “autoridade” (FIGURA 13) em torno da pessoa que está ofertando determinado produto digital. Ou seja, é um caminho que se trilha por meio de uma série de ações, cuja finalidade é provar que o produtor de determinado conteúdo é uma referência no assunto, possui conhecimento e credibilidade. Nesse caso, a autoridade pode ser construída a partir de algumas ações a serem aplicadas.



Figura 13: Banner de divulgação sobre o gatilho autoridade  
 Fonte: Blog da Hotmart (2016)

Segundo Cialdini (2012), esse princípio é eficaz porque existe uma tendência perturbadora em nossa sociedade de aceitar cegamente as afirmações e diretrizes de indivíduos que parecem ser autoridade em determinado assunto:

Ou seja, em vez de raciocinar sobre os argumentos do especialista e nos convencermos (ou não), com frequência ignoramos os argumentos e nos deixamos levar apenas pelo fato de se tratar de um *expert*. Essa tendência a reagir de modo mecânico a uma informação em dada situação é o que chamamos de reação automática, ou *clique, zum* (CIALDINI, 2012, p. 21).

Em seu já mencionado livro “As armas da persuasão”, Cialdini relata uma série de estudos os quais revelam essa tendência de os seres humanos obedecerem a pessoas consideradas superiores. Um desses experimentos foi feito na década de 60 do século passado, pelo psicólogo americano Stanley Milgrim. O intuito de Milgrim era observar como as pessoas se comportavam frente a comandos de uma autoridade. A experiência se deu da seguinte forma: um ator respondia a perguntas feitas por um cientista (autoridade) e toda vez que ele errava uma questão, o cientista mandava que um dos voluntários do experimento apertasse um botão que dava um choque falso no ator. Os participantes não sabiam que se tratava de uma simulação e, à medida que o ator errava as respostas, o cientista dava

ordens para que fossem dados mais choques. O ator simulava sentir muita dor, chorando, gritando, pedindo que suspendessem a pesquisa. Mesmo sentindo-se desconfortável com a situação, a pessoa que aplicava os choques obedecia às ordens que lhe eram dadas pelo cientista. Aos serem indagados sobre a razão por estarem infligindo aquele castigo, os participantes diziam que o faziam somente porque o cientista estava mandando.

Nos estudos sobre obediência de Milgram podemos ver sinais de fortes pressões em nossa sociedade pela anuência aos pedidos de uma autoridade. Agindo de forma contrária às próprias preferências, muitos indivíduos normais e psicologicamente saudáveis não hesitaram em infligir níveis perigosos e elevados de dor a outra pessoa, porque foram assim orientados por uma figura de autoridade (CIALDINI, 2012, p. 274).

Atentos à força deste princípio, os produtores de conteúdo são ensinados a se posicionarem como referências em seus nichos, por meio de técnicas que os façam parecer superiores:

As pessoas tendem a valorizar mais a opinião de alguém que considera superior, seja por uma questão de hierarquia ou porque reconhecem que aquela pessoa sabe mais sobre o assunto. [...] Então, se você quer atrair mais clientes, precisa se posicionar como uma autoridade em seu nicho de mercado (HOTMART, 2019).

Compreendemos que a disseminação desse conceito de autoridade associado à narrativa da “jornada do herói” tem sido uma das razões da proliferação de “gurus” na internet. Aqui entendido como sendo aquelas pessoas que se apresentam como portadoras de determinado conhecimento, possuidoras da “fórmula perfeita” para resolver os problemas e que irão compartilhar o que sabem por altruísmo ou missão (FIGURA 14). Segundo essa estratégia, tais pessoas devem construir uma imagem que as façam ser consideradas um modelo a ser seguido, porque sabem o caminho para se chegar ao sucesso.



Figura 14: Banner de divulgação sobre técnicas de vendas  
Fonte: Blog da Hotmart (2021b)

A Hotmart disponibiliza em seu blog um farto material com orientações a esse respeito para que os produtores aprendam a ser reconhecidos como autoridades em seu nicho. Uma delas é ofertar conteúdos gratuitos (FIGURA 15). O argumento é que sempre que alguém disponibiliza conteúdo valioso e gratuito para o público aumenta as chances de ser lembrado futuramente, vindo a se firmar como autoridade em seu nicho. A orientação é que se dê algo “de graça”, a fim de acionar o gatilho mental da reciprocidade.



Figura 15: Banner divulgação gatilho da reciprocidade  
 Fonte: Blog da Hotmart, (2019)

#### 5.5.4 Gatilho da reciprocidade – a utilização de “iscas” para atrair compradores

A conduta humana é baseada por outro princípio do qual o marketing vale-se para alcançar seus objetivos, o da reciprocidade. Segundo Cialdini (2012), uma das normas mais generalizadas e básicas da cultura humana está corporificada na regra da reciprocidade. Tal regra consiste, basicamente, na necessidade que uma pessoa tem de tentar retribuir, “na mesma moeda”, o que outra pessoa lhe forneceu:

Ao obrigar o beneficiário de um ato a retribuí-lo no futuro, a regra permite que um indivíduo dê algo a outro com a certeza de que não sairá perdendo. Essa sensação de obrigação futura possibilita o desenvolvimento de diferentes tipos de relacionamentos duradouros, transações e trocas que são benéficos à sociedade. Conseqüentemente, todos os membros da sociedade são treinados desde a infância a cumprir essa regra ou correm o risco de sofrer uma forte desaprovação social (CIALDINI, 2012, p 75).

Com base nessa tendência humana, o gatilho da reciprocidade acabou por se tornar um dos mais importantes do marketing. Segundo a Hotmart (2019), “quando as pessoas sentem que ganharam algo de você, elas se sentem na obrigação de retribuir o favor”. Para a plataforma, alguém que tenha uma boa experiência com

algo que ganhou terá a tendência de reagir comprando: “Se você entrega conteúdo útil com frequência, seus seguidores não se importarão de pagar para ter acesso ao conteúdo completo” (HOTMART, 2020b).

Apesar de a regra da reciprocidade ser muito utilizada ao longo de distintas etapas do processo de venda, ela é facilmente identificável na fase da atração de clientes em potencial, os *leads*. Nessa etapa, os produtores são incentivados a captar dados, e, para tanto, é preciso lançar uma “isca digital”, o *lead magnet*:

Uma oferta gratuita que você faz em troca de um endereço de e-mail (e possivelmente em informações adicionais). Ou seja, o *lead magnet* é aquilo que despertará, no possível cliente, a atenção necessária para que ele forneça seus dados para você. Mas é fato que nenhuma pessoa está realmente disposta a dar esses dados a qualquer empresa. Os negócios, por sua vez, precisam entender essa dificuldade e conquistar o potencial cliente lhe oferecendo algo em troca (HOTMART, 2021c).

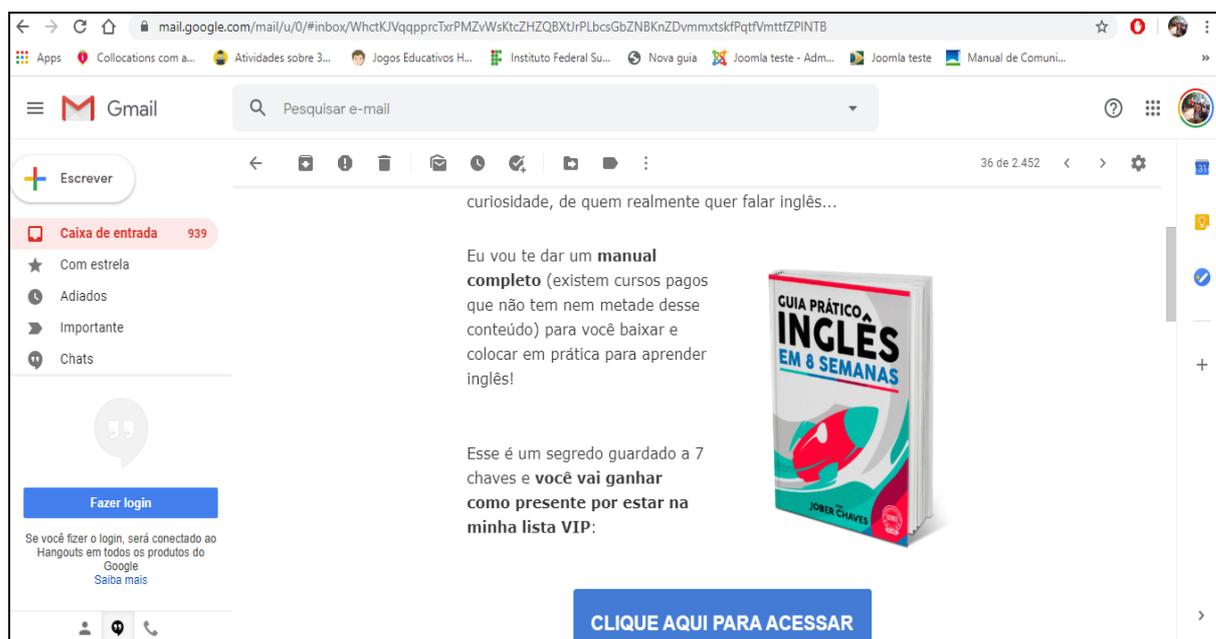
Essa estratégia funciona porque, segundo Carvalho (2015), “a pessoa ficará com a sensação de que está te devendo um favor e precisa retribuir de alguma forma, seja cadastrando o e-mail na sua lista ou mesmo comprando um de seus produtos” (CARVALHO, 2015, p. 12). Por isso, muito comumente, no marketing digital, no primeiro contato com o cliente em potencial, é feita a oferta de entrega gratuita de materiais, tais como *e-books*, infográficos, acesso a um *webinário* ou até mesmo minicursos.

Materiais gratuitos, como o próprio nome já diz, é um tipo de conteúdo de valor que você cria e entrega para os usuários sem cobrar por isso. São conteúdos mais extensos e completos que abrangem melhor os problemas de sua persona e mostram as soluções em potencial para esses dilemas. Esse tipo de conteúdo serve não apenas para demonstrar sua autoridade em seu nicho e estreitar a relação com seu público, mas principalmente para obter os dados de seus leads, já que eles deixarão seus contatos ao preencher o formulário de download (HOTMART, 2020b).

Desse modo, o presente assemelha-se a um “petisco” tal como os que são oferecidos para degustação em supermercado, com a expectativa de que o cliente adquira o produto inteiro ou – no caso do marketing digital - simplesmente forneça seus dados.

Ofereça iscas digitais. Uma das formas mais eficientes de conseguir o *e-mail* de um possível comprador é oferecendo um conteúdo gratuito em troca. O termo ‘isca’ vem do fato de você usar esse conteúdo gratuito para ‘fiscar’ o e-mail e, mais tarde, trabalhar este lead para que ele se transforme em um cliente e, quem sabe, um evangelizador de sua marca (HOTMART, 2017c).

Nesta pesquisa, identificamos essa estratégia da seguinte forma<sup>24</sup>: o produtor disponibiliza gratuitamente algum infoproduto, garantindo que este possui um “conteúdo completo” (FIGURA 16) sobre determinado assunto. Para que o material seja liberado para *download*, contudo, a pessoa interessada em recebê-lo deverá preencher um formulário, fornecendo seu e-mail, sob o argumento de que o “presente” lhe será enviado pelo endereço eletrônico indicado. Nas figuras apresentadas na sequência (FIGURAS 17 e 18), é possível se ter uma noção de tal tática. Observa-se que há uma promessa para quem acessar o *e-book* disponibilizado (de graça) – o qual promete uma aprendizagem da língua inglesa em apenas oito semanas. O livro é apresentado como um “manual completo”.



<sup>24</sup> Existem outras, no entanto, esta foi a selecionada com o intuito de exemplificarmos o método usado.

Figura 16- *e-book* oferecido gratuitamente<sup>25</sup>  
Fonte - *e-mail* luciavolcanzolin@gmail.com

Após o *e-book* ser enviado, novos *e-mails* são disparados (FIGURA 17) ao usuário que o adquiriu, contendo conteúdos relacionados ao tema. Após essa estratégia de aproximação, começa um período de campanha de vendas de algum outro infoproduto, como um curso sobre o mesmo assunto do *e-book*. Uma contradição, já que o material disponibilizado anteriormente prometia ser completo<sup>26</sup>.

Entendemos que essa estratégia se configura como uma falsa gratuidade e, além disso, quem adota esse sistema, com interesses não revelados, age de forma manipulativa. Observa-se que o pretense material gratuito foi oferecido sob a garantia de que aquele que o recebesse teria acesso a um conteúdo privilegiado, quando de fato, a intenção era fazer com que a pessoa entregasse seu *e-mail* para que o vendedor pudesse tentar uma aproximação para vender um outro produto, neste caso o curso de Inglês o “Inglês Rápido e Sozinho” (FIGURA 18).

---

<sup>25</sup> O *e-book* foi disponibilizado para download por um produtor da Hotmart. A fim de verificar como ocorre uma campanha, ofereci meus dados pessoais para receber o material.

<sup>26</sup> Os *prints* das figuras 16, 17 e 18 são de minha caixa de *e-mail*, como exemplo de uma campanha de vendas de um curso de inglês, da qual participei, com vistas à pesquisa entre os meses de dezembro de 2019 e março de 2020.

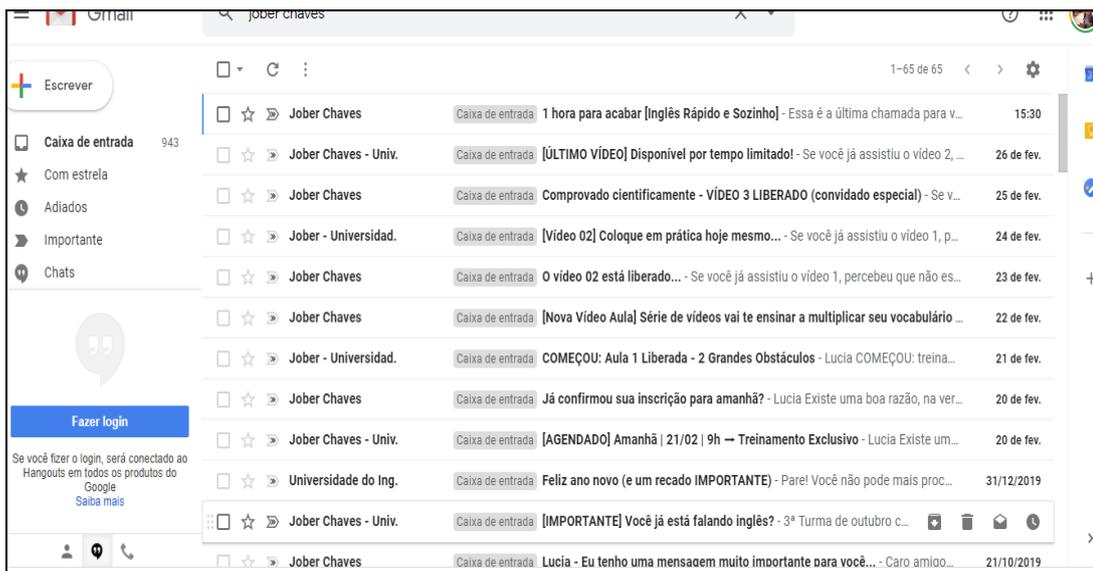


Figura 17- Estratégias de aproximação por meio do envio de e-mails  
 Fonte: caixa de e-mail de luciavolcanzolin@gmail.com

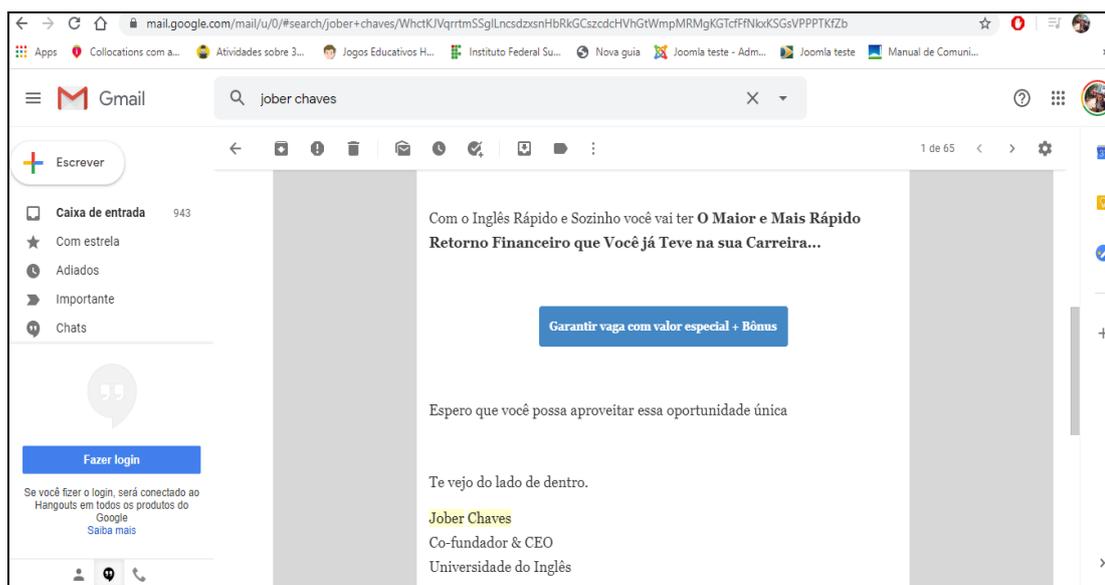


Figura 18- Estratégia de vendas (continuidade do e-mail anterior)  
 Fonte: caixa de e-mail de luciavolcanzolin@gmail.com

## 5.6 Os gatilhos da autoridade e da reciprocidade à luz da Razão Cordial

Com base no referencial teórico apresentado nos capítulos anteriores, especialmente o que fundamenta a *ethica cordis*, consideramos que a promoção de estratégias de persuasão, como a do gatilho da autoridade, representa uma ameaça ao vínculo comunicativo entre as pessoas. Ao propagar técnicas para que o público reconheça no detentor de saberes alguém que lhe é superior, incentiva-se a prática de uma comunicação que não apenas desconsidera a simetria entre os interlocutores (CORTINA, 1998), mas promove comportamentos que levam a relações desiguais.

Assim, ao induzir as pessoas a reagirem a estímulos, desprovidas de uma reflexão prévia, sob o efeito da autoridade de alguém, desrespeita-se um dos valores que compõe os mínimos de justiça: a liberdade dos sujeitos enquanto agentes de suas próprias vidas, com autonomia para desenvolver seus projetos de vida feliz (CORTINA, 2007a). O diálogo é substituído pelo discurso monológico, no qual apenas uma das partes conhece as reais motivações que movem aquela relação. É no diálogo, entre iguais, que se torna possível exercer a dupla dimensão de cada pessoa: a da autonomia, que a torna capaz de se relacionar com os outros e a dimensão da autorrealização a que cada uma aspira (CORTINA, 1993, p. 222). Para Cortina, a própria noção de humanidade exige que as pessoas sejam livres, aspirem à igualdade, sejam solidárias e respeitem ativamente a si mesmas e aos demais (CORTINA, 1997, p. 63).

Ser capaz de fazer escolhas com vistas ao bem-estar é uma capacidade valiosa, mas é também, e acima de tudo, liberdade de ação, na qual uma pessoa é a protagonista de sua própria novela, autora de sua própria vida. Não é feito por eles, como é costume no caso de raças oprimidas, grupos étnicos explorados, mulheres, os pobres; mas cada pessoa tem poder suficiente para levar adiante a vida que escolheu viver. E a sociedade é obrigada, como um mínimo por justiça, a fortalecer esse poder, a empoderá-lo para ser o sujeito e agente e de sua vida (CORTINA, 2007a, p. 226).

Assim sendo, mesmo que alguém seja *expert* em determinado assunto, não significa que esteja em situação de superioridade em relação a quem está em busca de mais conhecimento. O modelo de ética defendido por Adela Cortina consiste em

empoderar às pessoas para que possam ser interlocutoras válidas. Exercer domínio sobre alguém, sobretudo, de forma camuflada, configura-se, como uma forma de corrupção.

No mundo preconizado pela razão cordial, não há lugar para pessoas que estejam acima das outras. O próprio sentimento de compaixão, uma das bases da razão cordial, não é o sentimento de alguém que é superior aos demais. A compaixão não significa condescendência ou magnanimidade do forte para com o débil, mas um sentir com o outro – alegria ou dor – próprio de quem se reconhece reciprocamente como carne da mesma carne e osso do mesmo osso (CORTINA, 2007a, p. 215). Segundo este ideal de vida, a reciprocidade verdadeira não se identifica com um tipo de pretensa generosidade, como a que é ativada por gatilhos mentais. Os relacionamentos não são movidos meramente por interesses, condicionados a uma lógica do individualismo.

Apesar de admitir que é a lógica do individualismo é preponderante em nossas sociedades, Cortina (2007a) chama a atenção para o fato de que comportamento racional do ser humano não pode ser reduzido ao interesse individual. Conforme lembra Adela Cortina, as pessoas não se reconhecem apenas pelo poder, lucro e glória, há outros vínculos:

Muitas vezes as pessoas sacrificam seus interesses egoístas, seu bem-estar e até mesmo sua vida, pelo bem de seus entes queridos ou pelo bem da sociedade. Elas cumprem seus compromissos e promessas, embora pareçam não obter o tipo de lucro que satisfaça os juros calculados com o ábaco e a calculadora que funcionam em números (CORTINA, 2007a, p. 75).

A propagação, na internet, da prática da reciprocidade pelo viés aqui apresentado, evidencia um incentivo a relações manipuladoras, desprovidas de sinceridade, baseadas unicamente no interesse pessoal, que no caso exposto é o da venda de algum produto ou a obtenção de dados. Tais práticas de persuasão não são aceitáveis, já que as pessoas têm o direito à informação completa e clara para que possam discernir o que é melhor para suas vidas, e isso se aplica também à aquisição de produtos seja no mundo virtual, seja no físico.

Como vimos, as estratégias persuasivas que apresentamos neste capítulo estão disponibilizadas de forma aberta para que qualquer pessoa tenha acesso a

elas. Isso pode levar a uma naturalização de tais práticas, dada a grande influência que a plataforma em estudo possui. Nesse aspecto, convém refletirmos a respeito de quais serão as consequências deste fenômeno no que tange à forja do *êthos* das pessoas e grupos que estão incorporando tais métodos em seus negócios digitais. Sob o enfoque da razão cordial, perguntamos: que *êthos* pode estar sendo engendrado? Em nossa avaliação, a propagação desse tipo de estratégia já está reconfigurando a forma como as pessoas compartilham seus conhecimentos na internet, impactando o senso de gratuidade, tão preconizado pela razão cordial.

Diante disso, recorrendo à perspectiva da ética de mínimos e máximos, base da razão cordial, julgamos que aqueles que em seus projetos de vida feliz (máximos), acharem por bem trabalhar no mundo virtual, ter seu próprio curso, ser um professor no mundo *online*, que assim o façam, desde que observados rigorosamente os mínimos exigíveis de justiça.

Seguindo nossa linha de raciocínio, segundo a qual a ética da razão cordial pode ser um referencial para condutas no ciberespaço, entendemos que as relações mercadológicas devem ser estabelecidas entre iguais, baseadas no respeito mútuo e na amizade cívica (CORTINA, 2007a). Essas são prerrogativas de uma sociedade que se considere verdadeiramente democrática e plural. Por certo, qualquer mudança será impossível sem que se aposte seriamente em um modelo de educação que volte seu olhar de forma atenta às relações que se estabelecem no mundo *online*. Defendemos uma educação que leve à forja de “cidadãos autênticos, verdadeiros sujeitos morais, dispostos a agir bem, a pensar bem e a compartilhar com outros ação e pensamento” (CORTINA, 2007a, p. 207).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS: QUESTÕES A SEREM PENSADAS

O ciberespaço é um lugar de interações humanas, de relacionamentos. Um lugar que remodelou a forma como as pessoas vivem. Adela Cortina é uma filósofa dos relacionamentos, uma estudiosa que vem se dedicando a investigar e apresentar propostas para que a convivência humana seja feliz e justa. Sua ética é uma ética que se estabelece entre as pessoas, portanto, intersubjetiva; porém, também é uma ética intrassubjetiva, que almeja que cada um, em sua individualidade, torne-se uma pessoa melhor (para si e para a coletividade). Trata-se de uma ética da forja do *êthos*, como está amplamente registrado ao longo das páginas que compõem esta dissertação. Cortina, com sua filosofia, intenciona que as pessoas tenham um bom caráter.

Por isso, ao concluirmos este trabalho, acreditamos ser possível ratificar a proposta que nos moveu em direção à temática aqui desenvolvida, a de apresentar a razão cordial, teoria de Adela Cortina, como uma alternativa para a forma como as pessoas compartilham seus saberes pela internet, especificamente em relação aos cursos livres, objeto de nosso estudo.

Entendemos, mediante o exposto, que é oportuno que se coloque em prática uma educação inspirada nas propostas de Cortina. Uma educação que, à luz dos preceitos da razão cordial, esteja atenta e atuante em relação aos desdobramentos oriundos da interconectividade constante, que faz do ciberespaço, conforme Lévy (1999), o principal canal de comunicação e suporte de memória da humanidade. E, se ainda não podemos mensurar toda a abrangência dos fenômenos ciberculturais que se estabelecem frente a nossos olhos, nem interferir de forma direta no fluxo deles, podemos e devemos investigar constantemente as implicações das tecnologias digitais nos processos de ensinar e aprender.

Trata-se de uma necessidade urgente, visto que, se por um lado, não sabemos até onde os dispositivos digitais podem nos conduzir, por outro, podemos observar que a era atual, marcada por um intenso compartilhamento de dados, está sendo dominada cada vez mais por uma racionalidade mercadológica, orientada por interesses de grupos e indivíduos que visam, sobretudo, ao lucro. Isso, a nosso ver, representa uma ameaça ao potencial colaborativo próprio da internet.

Ao expor as dinâmicas que permeiam a oferta de cursos livres, tendo por base o *modus operandi* da maior plataforma da América Latina, concluímos que estamos diante de uma reconfiguração na forma como as pessoas compartilham seus saberes enquanto base de suas relações. Respaldados pela *ethica cordis*, acreditamos ter conseguido identificar determinadas práticas, já disseminadas no ciberespaço, que representam um risco às interações ocorridas nesse ambiente. Entre elas, como vimos no capítulo anterior, está o excessivo foco nos bens externos enquanto motivação primária para o compartilhamento de conhecimento. Além disso, observamos a existência de posturas que contrariam princípios basilares da teoria desenvolvida por Cortina, tais como autonomia, liberdade, igualdade, bem como a exigência de que as pessoas sejam tratadas como fins, jamais como meios (CORTINA, 2007a).

Entendemos que o estudo deste fenômeno não se esgota em uma dissertação, merecendo ser investigado com mais profundidade, uma vez que as dinâmicas aqui apresentadas estão sendo amplamente propagadas, não apenas pela plataforma estudada, mas por muitas outras. Trata-se de empresas ou grupos que exercem influência sobre as pessoas que estão em busca de renda na internet. É preciso que o assunto seja discutido de forma ampla para que as pessoas sejam munidas de conhecimentos e possam “discernir entre o que une e o que separa, entre o justo e o injusto” (CORTINA, 2007a, p.10) no mundo virtual. É mister que se saiba distinguir entre o que é bom, está a serviço das pessoas, e o que, ao contrário, significa uma ameaça à dignidade humana. Esta não deve ser, contudo, uma postura a ser assumida apenas pelos consumidores, a fim de que se protejam dos abusos, mas também pelos produtores de conteúdo. Seguindo os pressupostos da razão cordial, as pessoas que dispuserem de seus saberes pela internet deverão fazê-lo a partir de critérios de justiça e compaixão, com foco nos bens internos desta tarefa.

Ao mencionar isso, retornamos nosso olhar ao ponto de origem do caminho que trilhamos nesta dissertação: as novas gerações, os nativos digitais. Os nascidos imersos na tecnologia digital, em nossa ótica, merecem uma atenção especial para que aprendam a reconhecer os perigos que são inerentes ao ciberespaço. Por certo, a vulnerabilidade não está restrita a uma faixa etária, mas crianças, adolescentes e jovens, tão hábeis no uso de tecnologias, acabam sendo alvos mais fáceis, porque desconhecem outra forma de existência que não seja a

mediada pelos aparatos digitais. Os estudantes nascidos na era digital, que hoje ocupam as escolas, estão sendo preparados para interagir no mundo virtual em constante mutação, com todas as possibilidades e novidades ininterruptas que surgem – o que é diferente de saber manusear esses recursos? Até que ponto a sensação de que dominam a tecnologia não os torna mais fragilizados? Que tipo de orientação estão recebendo a fim de saber lidar com todo tipo de assédio que ocorre no mundo virtual, também o do mercado? Talvez a pergunta não seja o “tipo” de orientação, mas se “estão” tendo alguma.

A própria internet está repleta de notícias que revelam a imaturidade das crianças e adolescentes frente às tecnologias digitais. Episódios como a “brincadeira da rasteira”<sup>27</sup> indicam que falta uma preparação adequada a quem habita o ciberespaço para que saiba lidar com discernimento frente a enxurrada de informações, possibilidades e influências que dominam esse ambiente. Essa “brincadeira” se tornou popular após ser divulgada por um *influencer* do YouTube<sup>28</sup>, isto é, uma única pessoa com seu poder de persuasão (uma “autoridade”, segundo os conceitos do neuromarketing) ao interagir com crianças e adolescentes - sem discernimento, provocou uma onda de acidentes e até mortes. Esse episódio resultou em danos físicos, ganhando grande repercussão, mas como mensurar outros danos que os influenciadores podem gerar? Debates desta natureza devem ser promovidos em nossas escolas de forma contínua, e não apenas quando algum problema específico viraliza.

Questões como essas nos provocam a um estado de vigilância permanente e nos incitam à reflexão enquanto sociedade e agentes da área da educação. Se a experiência humana é cada vez mais mediada pelos processos comunicacionais digitais fica clara “a importância de se colocar em prática uma educação que amplie nossa visão sobre o potencial de interconectividade e seus desdobramentos”

---

<sup>27</sup> Trata-se de uma prática que se disseminou em muitas escolas do Brasil, entre o fim de 2019 e começo de 2020, e que consistia em duas pessoas darem uma rasteira em um colega que, desavisado, caía de costas. Devido à gravidade, organismos médicos fizeram várias campanhas de esclarecimento, alertando sobre os riscos de morte e danos irreversíveis que tal “brincadeira” poderia causar.

<sup>28</sup> Segundo veículos da mídia, entre eles a Revista Veja, a prática ganhou popularidade por ter sido apresentada por um “*digital influencer*” do YouTube. Segundo a reportagem, publicada no dia 12 de fevereiro e intitulada “Desafio da rasteira: o youtuber por trás da perigosa brincadeira”, o responsável pela disseminação da prática foi Robson Calabianchi, de 24 anos de idade. De acordo com o texto publicado pela Revista, Fuinha, como é conhecido entre seus dois milhões de seguidores no canal, admitiu o erro e desculpou-se (REVISTA VEJA, 2020).

(COUTO JÚNIOR *et al*, 2019, p. 1128). Esse é um tema que deve ocupar as políticas de educação.

Para Calandín (2019), a razão cordial é detentora de um extraordinário poder educativo. Compreendemos, por conseguinte, que essa teoria tem, igualmente, potencial para influenciar positivamente na forma como as pessoas interagem no ciberespaço. Para tanto, seguindo o raciocínio que perpassou esta dissertação, da forja do *êthos*, as pessoas devem ter seu caráter forjado para agir com excelência também na internet, de modo que os princípios de uma ética cívica se manifestem no ciberespaço como condição para a convivência pacífica neste ambiente.

Para finalizar, outra consideração que consideramos oportuna e que poderá dar continuidade a este estudo, diz respeito à apropriação por parte das plataformas digitais da tarefa de ensinar os professores a atuar na internet, conforme vimos nos cursos que se propõem a isso. Basta dispor de tecnologia para interferir nos processos de ensino e de aprendizagem? Além disso, é suficiente apenas possuir alguma competência para ser professor, professora? Não é uma visão reducionista e perigosa da profissão que está sendo propagada? Acreditamos que este assunto possa ser investigado em futuras pesquisas, sobretudo, considerando que o conceito de “Educação 4.0” também começa a ganhar força nas plataformas digitais, havendo um movimento para a sua implantação no Brasil. Apenas para ilustrar esta constatação, é possível verificar, por meio de uma pesquisa no Google (2020), com o descritor “Educação 4.0”, que as primeiras três primeiras páginas do *ranking* de buscas indexam plataformas digitais ao resultado. São plataformas que oferecem conteúdos formativos, notícias, artigos, bem como, cursos destinados a professores e instituições de ensino com o objetivo de torná-los aptos a atender às demandas da nova revolução industrial.

Pelos fatos expostos até aqui, temos a convicção de que o olhar acadêmico, neste contexto em que vivemos, deva estar constantemente atualizado e atento à relação entre a educação e a tecnologia, a fim de averiguar o maior número possível de interconexões existentes entre ambas. Diante do fato de que os avanços tecnológicos são constantes, faz-se fundamental que as pesquisas, sob as mais variadas perspectivas a esse respeito, sejam igualmente ininterruptas.

## REFERÊNCIAS

- ABBAGNANO, N. **Dicionário de Filosofia**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.
- ADORNO T; HORKHEIMER, M. **Dialética do Esclarecimento**. Fragmentos Filosóficos. Zahar, Rio de Janeiro, 2014.
- ANDRADE, M. **Por uma ética mínima e uma educação plural**. Em busca de fundamentos ético filosóficos para uma educação intercultural. In: CANDAU, V. M. (Org.). Educação intercultural e cotidiano escolar. Rio de Janeiro, 7 letras, 2006.
- ANDREATTA, P; PAJÉU, H. *in* MILL, D. (org.) **Dicionário crítico de educação e tecnologias e de educação a distância**. Campinas, SP: Papyrus, 2018.
- ARANGUREN, J. **Ética**. Madri: Seleta, 1972.
- \_\_\_\_\_. Prólogo. *In*: CORTINA, A. **Ética mínima: introducción a la filosofía práctica**, Madrid: Editorial Tecnos, 1986, p. 6-8.
- ARISTÓTELES. **Ética a Nicômaco**. São Paulo: Nova Cultural, 1991.
- APPOLINÁRIO, F. **Dicionário de metodologia científica: um guia para a produção do conhecimento científico**. São Paulo: Atlas, 2009.
- ASSOCIAÇÃO Brasileira de Educação a Distância (Abed). **Censo digital 2018**. **Disponível** em: [http://abed.org.br/arquivos/censo\\_digital\\_ead\\_2018\\_portugues.pdf](http://abed.org.br/arquivos/censo_digital_ead_2018_portugues.pdf). Acesso em 20 mar. de 2020.
- CALANDÍN, J. El poderio educativo de la razón cordial. *In*: GONZÁLES-ESTEBAN *et al.* **Ética y democracia**. Desde la razón cordial. Granada: Editora Comares, 2019, p. 109-114.
- CALVO, P. Neuroeducación moral en la empresa. Del homo oeconomicus al homo reciprocans. *In*: GONZÁLES-ESTEBAN *et al.* **Ética y democracia**. Desde la razón cordial. Granada: Editora Comares, 2019, p. 91-98.
- CAPES. **Catálogo de Teses e Dissertações**. Disponível em <https://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo-teses>. Acesso em: 20 fev. 2020
- CARMO, M. *in* MILL, D. (org.) **Dicionário crítico de educação e tecnologias e de educação a distância**. Campinas, SP: Papyrus, 2018, p. 459-462.
- CARR, N. **O que a internet está fazendo com os nossos cérebros**. Rio de Janeiro, RJ: Agir, 2011.
- CARVALHO, H. **Gatilhos mentais do Viver de Blog**. Rio de Janeiro, 12 de maio de 2015. Disponível <https://viverdeblog.com/gatilhos-mentais/> Acesso em 25 de fevereiro de 2020.

CASTELLS, M. Más allá de la caridad. Responsabilidad social em interés de la empresa em la nueva economía. *In*: Cortina, A. **Construir confianza**. Etica de la empresa em la sociedad de la información y las comunicaciones. Editorial Trotta: Madrid, 2003.

CIALDINI, R. **As armas da persuasão**. Como influenciar e não se deixar influenciar. Rio de Janeiro: Sextante, 2012.

COMPARATO, F. **Ética**. Direito moral e religião no mundo moderno. São Paulo, SP: Companhia das Letras, 2006.

CORTINA, A. **Ética mínima**: introducción a la filosofía práctica, Madrid: Editorial Tecnos, 1986.

\_\_\_\_\_. **Ética aplicada y democracia radical**. Madrid: Tecnos, 1993.

\_\_\_\_\_. **Ética civil e religião**. São Paulo: Paulinas, 1996a.

\_\_\_\_\_. **El quehacer ético**. Guía para la educación moral. Madrid: Santillana Educación, 1996b.

\_\_\_\_\_. **Ética de la empresa**. Madrid: Editorial Trotta, 2000a.

\_\_\_\_\_. **La ética de la Sociedad Civil**. Madrid: Tecnos, 2000b.

\_\_\_\_\_. **Ciudadanos del mundo**: hacia una teoría de la ciudadanía, Madrid: Alianza Editorial, 1997.

\_\_\_\_\_. **El mundo de los valores**. Ética mínima y educación, Santafé de Bogotá: El Búho, 1998.

\_\_\_\_\_. **Los ciudadanos como protagonistas**. Barcelona: Galaxia Gutenberg/ Círculo de lectores, 1999.

\_\_\_\_\_. **Alianza y contrato**: política, ética y religión, Madrid: Trotta, 2001.

\_\_\_\_\_. **Por una ética del consumo**. Madrid: TAURUS, 2002.

\_\_\_\_\_. **Construir confianza**. Etica de la empresa em la sociedad de la información y las comunicaciones. Madri, Editorial Trotta, S.A., 2003.

\_\_\_\_\_. **Ética de la razón cordial**. Educar em la ciudadanía em siglo XXI. Oviedo: Nobel, 2007a.

\_\_\_\_\_. **Ethica Cordis**. Isegoría. Revista de Filosofía Moral y Política N.º 37, julio-diciembre, 2007b, p. 113-126

\_\_\_\_\_. **La Escuela de Fráncfort. Crítica y Utopía**, Madrid, Editorial Síntesis, 2008.

\_\_\_\_\_. **Justicia Cordial**, Madrid, Trotta, 2010.

\_\_\_\_\_. **Neuroética y neuropolítica**, Madrid: Tecnos, 2012.

\_\_\_\_\_. **¿Para qué sirve realmente la ética?** Barcelona: Paidós, 2013a.

\_\_\_\_\_. **Ética discursiva y Educación en valores**. España: Universidad de Valencia, 2013b - Disponível em <https://pt.scribd.com/doc/131849556/Adela-Cortina-Etica-y-educacion-en-valores>- Acesso em 25 de março de 2019.

\_\_\_\_\_. **El êthos democrático** - Como salvar las democracias liberales. Círculo de Empresarios. Madrid: 2020a.

\_\_\_\_\_. Ponencia de Adela Cortina en el webinar de convivencia escolar La educación nos hace ser. **YouTube**, 15 de dezembro de 2020b. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=Z2liUzhkbLE&t=15s>. Acesso em 20 de fevereiro de 2021.

CORTINA, A.; MARTÍNEZ, E. **Ética**. Madrid: Akal, 1996.

CORTINA, A.; PEREIRA, G. **Pobreza y Libertad**, erradicar la pobreza desde el enfoque de Amartya Sen (editora), Madrid: Tecnos, 2009.

COSTA, L. Desafio da rasteira: o youtuber por trás da perigosa brincadeira. **Revista Veja**, 2020. 12 de fev. de 2020. Disponível em <https://veja.abril.com.br/blog/virou-viral/desafio-da-rasteira-o-youtuber-por-tras-da-perigosa-brincadeira/> Acessado em 24 de fev. de 2020.

COUTO JUNIOR, D. *et al.* **Rede social e comunicação ubíqua: o que podemos aprender com Black Mirror?** Rev. Diálogo Educ., Curitiba, v. 19, n. 62, p. 1128-1146, jul./set. 2019.

DENZIN, N. k. **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. Tradução de Sandra Regina Netz. Porto Alegre: Artmed, 2006.

DIONIZIO NETO, M. **Crítica da razão em Rousseau como fundamento do Iluminismo: prenúncio da crítica de Adorno e Horkheimer À indústria cultural**. Revista eletrônica Outras palavras - v.3, n. 1, ano 3, 2003.

ENRIQUEZ-AYALA, P; SALAZAR, D. Propuesta educativa para la formación ética y ciudadanía en el nuevo modelo educativo del tecnológico de Monterrey. *In*: GONZÁLES-ESTEBAN *et al.* **Ética y democracia**. Desde la razón cordial. Granada: Editora Comares, 2019, p. 139.

FERREIRA, H.; COUTO JUNIOR, D. **Juventudes, educação e cidade: a mediação dos dispositivos móveis de comunicação nos processos de aprender-ensinar**. Textura, Canoas, v. 20, n. 44, p. 108-129, set/dez. 2018.

Federação of Indian Chambers of Commerce and Industry. **FICCI, 2017**. Disponível em [www.ficci.in](http://www.ficci.in); [www.ficci-heal.com](http://www.ficci-heal.com). Acesso em 20 de setembro de 2018.

Foundation for Young Australians (FYA). Ensuring young Australians have skills and experience for jobs of the future, not the past. **FYA 2015** Disponível em <https://www.fya.org.au/report/new-work-order/> Acesso em 29 de mar. de 2020.

FONTCUBERTA, M. **A Notícia** – Pistas para compreender o mundo, Lisboa: Editorial Notícias, 1996.

FROMM, Erich. **El Corazón del hombre**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1964.

\_\_\_\_\_. **Psicoanálisis de la sociedad contemporânea**. Hacia una sociedad sana. 6ª ed. México. Fondo de Cultura Económica, 1975.

FURROW, d. **Ética. Conceitos-chave em filosofia**. Porto Alegre, RS: Artmed, 2007.

GADOTTI, M. **História das Ideias Pedagógicas**. São Paulo, SP: Editora Ática, 2003.

GARCIA, K. Em tempo de quarentena, cresce a procura por cursos *online*. **Jornal o Globo**. 12 de abril de 2020. Disponível em <https://oglobo.globo.com/economia/em-tempo-de-quarentena-cresce-procura-por-cursos-on-line-24366347>. Acesso em 05 maio de 2020.

GARCÍA-MARZÁ. **Ética y democracia desde la razón cordial**. Notas para una renovada ética del discurso. *In: GONZÁLES-ESTEBAN et al. Ética y democracia*. Desde la razón cordial. Granada: Editora Comares, 2019.

\_\_\_\_\_. **Ética Empresarial** - Del diálogo a la confianza. Madri, Trotta, 2004.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6 ed. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2002.

GONZÁLES-ESTEBAN *et al.* **Ética y democracia**. Desde la razón cordial. Granada: Editora Comares, 2019.

HONNETH, A. **Patologías de la razón**: Historia y actualidad de la teoría crítica. Madrid: Katz editores, 2011.

HOTMART. **O que é storytelling e como usar este recurso para vender na internet?** Abril de 2017a. <https://blog.hotmart.com/pt-br/como-usar-o-storytelling-para-vender-na-internet/>. Acesso em 25 de fevereiro de 2020.

\_\_\_\_\_. **Aprenda o que são infoprodutos e conheça 8 formatos que você pode criar para trabalhar na internet!** 11 de julho de 2017b. Disponível em <https://blog.hotmart.com/pt-br/tipos-criar-infoprodutos/>. Acesso em julho de 2019.

\_\_\_\_\_. **Como usar o e-mail marketing para converter e fidelizar clientes**. 11 de dezembro de 2017c. disponível em <https://blog.hotmart.com/pt-br/email-marketing-como-mandar-emails-matadores-que-gerem-muitas-vendas/>. Acesso em junho de 2020.

\_\_\_\_\_. **Quais são os cursos online mais vendidos na internet.** 26 de outubro de 2018. Disponível em <https://blog.hotmart.com/pt-br/cursos-online-mais-vendidos/>. Acesso em 20 de abril de 2019.

\_\_\_\_\_. **Aprenda a usar gatilhos mentais para aumentar as vendas.** 26 de setembro de 2019. Disponível em <https://blog.hotmart.com/pt-br/gatilhos-mentais/>. Acesso em 26 mar. 2020.

\_\_\_\_\_. **Como dar aulas online: um guia para ganhar dinheiro ensinando!** 03 de março de 2020a. Disponível em: <https://blog.hotmart.com/pt-br/professor-online-aulas-na-internet/>. Acesso em 10 de abril de 2020.

\_\_\_\_\_. **Como atrair clientes com materiais gratuitos? Guia para gerar leads em 2020b! 03 de agosto de 2020.** <https://blog.hotmart.com/pt-br/como-atrair-clientes/> Acesso em setembro de 2020.

\_\_\_\_\_. **Quarentena impulsiona. O momento para expandir.** Abril de 2020c. Disponível em <https://hotmart.com/product/quarentena-impulsionada-o-momento-de-expandir-online>. Acesso em 05 mar. 2020.

\_\_\_\_\_. **Como vender cursos online.** 28 de janeiro de 2021a. Disponível em <https://blog.hotmart.com/pt-br/como-vender-cursos-online/>. Acesso em 10 fevereiro de 2021.

\_\_\_\_\_. **As 10 técnicas de vendas mais usadas pelos gurus do mercado digital. 23 de abril de 2021b.** Disponível em <https://blog.hotmart.com/pt-br/tecnicas-de-vendas/>. Acesso em 20 de junho de 2021.

\_\_\_\_\_. **Lead magnet: aprenda a criar iscas digitais e atrair leads para seu negócio.** 28 de abril de 2021c. Disponível em <https://blog.hotmart.com/pt-br/lead-magnet/> Acesso em junho de 2021.

\_\_\_\_\_. **Descrição de produtos: como chamar a atenção de seus clientes. 03 de junho de 2021d** <https://blog.hotmart.com/pt-br/como-fazer-descricao-de-produtos/>. Acesso em 25 de junho de 2021.

\_\_\_\_\_. **O que é a Hotmart e como ela funciona.** 05 de julho de 2021e. Disponível em <https://blog.hotmart.com/pt-dbr/como-funciona-hotmart/>. Acesso em 15 de julho de 2021.

\_\_\_\_\_. **Minicurso para professores.** Disponível em <https://minicurso.hotmart.com/professores>. Acesso em 26 mar. 2020.

IBOPE Conecta. **48% dos internautas brasileiros já fizeram cursos na internet.** 2019 Disponível em <http://ibopeconecta.com/48-dos-internautas-brasileiros-ja-fizeram-cursos-na-internet/>. Acesso em 23 mar. 2020.

KANT, I. **Sobre a pedagogia.** 3. ed., Piracicaba: Editora da Unimep, 1996.

\_\_\_\_\_. **Fundamentação da Metafísica dos costumes.** Edições 70, LDA, Lisboa/Portugal: 2007.

KENSKI, V. **Tecnologias e ensino presencial e a distância.** Campinas, SP: Papirus Editora, 2013.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** Rio de Janeiro: Editora 34, 1999.

\_\_\_\_\_. A esfera pública do século XXI. 2011. Disponível em: <http://escoladeredes.net/group/bibliotecapierrerelevy/forum/topics/a-esfera-publica-do-seculo-xxi> Acesso em: 20 julho de 2018.

LUCARELLI, **El eje teoría-práctica en cátedras universitarias innovadoras: Su incidencia dinamizadora en la estructura didáctico curricular.** 2003. 164 f. Tese (Doutorado em Ciências da Educação) Universidade de Buenos Aires. Disponível em <http://repositorio.filo.uba.ar/handle/filodigital/4099>. Acesso em 28 de março de 2020.

LÜDKE, M.; ANDRÉ, M. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas.** São Paulo: EPU, 1986.

MANACORDA, M. **História da Educação.** da Antiguidade aos nossos dias. São Paulo: Cortez Autores Associados, 1992.

MARTÍNEZ NAVARRO, E. **Ética profesional de los profesores.** Espanha: Desclée de Brouwer, 2011.

MINAYO, M.C.S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde.** São Paulo: Hucitec, 2009.

\_\_\_\_\_. **Pesquisa social – teoria, método e criatividade.** Rio de Janeiro: Vozes, 2011.

MIRALLES, A. El fomento de um modelo humano limitado em el nuevo capitalismo. *In: GONZÁLES-ESTEBAN et al. Ética y democracia.* Desde la razón cordial. Granada: Editora Comares, 2019, p. 83-90.

MORAES, R. Análise de Conteúdo. **Revista Educação.** Porto Alegre/RS, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.

MODZELEWSKI, H. **La educabilidad de las emociones y su importancia para el desarrollo de un ethos democrático** La teoría de las emociones de Martha Nussbaum y su expansión a través del concepto de autorreflexión. Tese (doutorado em Ética e Democracia). Universidade de Valencia, Espanha, 2012. Disponível em <https://roderic.uv.es/handle/10550/26284>. Acesso em 10 de fevereiro de 2020.

\_\_\_\_\_. Relatos polifónicos para la educación cívica. *In: GONZÁLES-ESTEBAN- et al. Ética y democracia.* Desde la razón cordial. Granada: Editora Comares, 2019, p. 117.

OLIVEIRA, M. M. **Como fazer pesquisa qualitativa**. Petrópolis: Vozes, 2007.

PACHÓN, J. La Escuela de Valencia. Ética e hermenêutica. *La albolafia: Revista de Humanidades y Cultura*. Madrid/Espanha, n.2, p. 87-105, 2014.

\_\_\_\_\_. El reto de la Ética Cordial. *Brocar. Cuadernos de Investigación Histórica* Ciudad de Haro, n.39, p. 397-422, 2015.

PIRES, M. **Justiça e cuidado em Adela Cortina**: contornos da ética num mundo global. 2013. 360 f. Dissertação (Mestrado em Filosofia). Universidade de Évora. Portugal. 2013. Disponível em <https://dspace.uevora.pt/rdpc/handle/10174/11339>. Acesso em 20 de fevereiro de 2020.

PIZZI, J. **O conteúdo moral do agir comunicativo**. São Leopoldo, RS: Editora Unisinos, 2005.

REALE, G; ANTISERI, D. **História da Filosofia** – Filosofia pagã antiga. São Paulo: Paulus, 2004.

\_\_\_\_\_. **História da Filosofia**: De Spinoza a Kant. São Paulo: Paulus, 2007.

\_\_\_\_\_. **História da Filosofia**: De Nietzsche à Escola de Frankfurt. São Paulo: Paulus, 2006.

RODRÍGUEZ, F. Ética de la razón cordial como complemento y fundamento **Cuadernos de Filosofía**, nº 32 (71-90), 2014.

ROJO, R. (org.). **Multiletramentos na Escola**. São Paulo: Parábola Editorial, 2012.

ROUSSEAU, Jean-Jacques. **Discurso sobre as ciências e as artes**. São Paulo, SP: Nova Cultural, 1997.

\_\_\_\_\_. **Emílio ou Da Educação**. São Paulo: Difel, 1979.

SANTAELLA, L. Espaço Virtual *in* MILL, D (org.) **Dicionário crítico de educação e tecnologias e de educação a distância**. Campinas, SP: Papyrus, 2018.

SANTOS, E.; CARVALHO, F. S. P. **Autorais partilhadas na interface cidade-redes digitais**. Interfaces Científicas – Educação, Aracaju, v. 6, n. 3, p. 29-40, jun. 2018.

SCHWAB, K. **A Quarta Revolução Industrial**, São Paulo: Editora Edipro. 2016.

SIBILIA, P. Redes ou paredes. **A escola em tempo de dispersão**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

SILVA, L. **Kant e a Pedagogia** Inter-Ação: Rev. Fac. Educ. UFG, 32 (1): 33-45, jan./jun.2007.

STARSE. **5 tendências para educação no Brasil em 2020**. Disponível em <https://www.startse.com/noticia/nova-economia/5-tendencias-educacao-brasil-2020>. Acesso em 23 mar. 2020.

SUCHODOLSKI, B. **A Pedagogia e as Grandes Correntes Filosóficas**. Lisboa: Livros Horizonte, 2000.

TAPSCOTT, D. **A hora da geração digital**. Como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos. Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010.

TORI, Romero. **Educação sem distância**: as tecnologias interativas na redução de distância em ensino e aprendizagem. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

UDEMY. **Crie um impacto global**. Disponível em [https://www.udemy.com/teaching/?ref=teach\\_header](https://www.udemy.com/teaching/?ref=teach_header). Acesso em 20 mar. de 2020.

WORLD Economic Forum. **The Future of Jobs Employment**. Skills and Workforce Strategy for the Fourth Industrial Revolution. Disponível em [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Future\\_of\\_Jobs.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs.pdf). Acesso em 23 mar. 2020.

WERTHEIN, J; ARGUMEDO, M (orgs). **Educação e participação**. Rio de Janeiro: Philobiblion, 1985.

YOUNG, M. **O Futuro da Educação em uma sociedade do conhecimento**: a defesa radical de um currículo disciplinar. Revista Brasileira de Educação, v. 22, n.48, p. 609-623, 2011.

ZAMAGNI, S. **El reto de la responsabilidad civil de la empresa**. Mediterráneo económico, n. 26, p. 209-225, 2014.