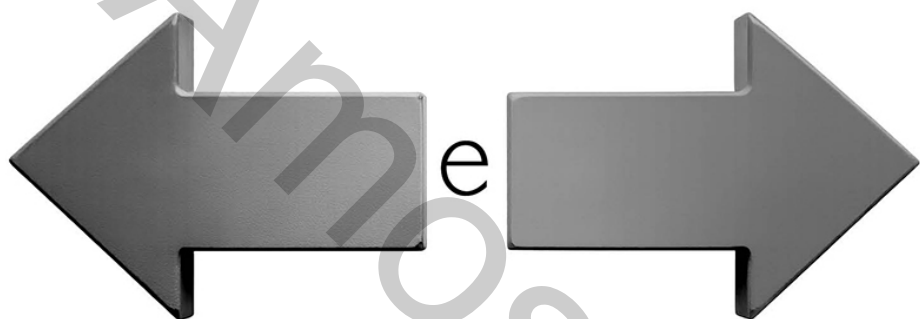


DILEMAS

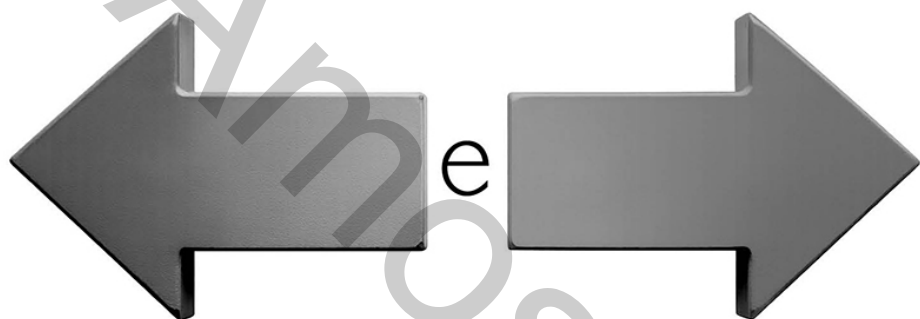


ESCOLHAS

Amostra

Jacques A. Wainberg

DILEMAS



ESCOLHAS

70

Dilemas e Escolhas

Copyright © 2026 Edições 70

Edições 70 é um selo da Editora Almedina do Grupo Editorial Alta Books (Starlin Alta Editora e Consultoria LTDA).

Copyright © 2026 Jacques A. Wainberg

ISBN: 978-65-5427-406-7

Produção Editorial: Grupo Editorial Alta Books

Impresso no Brasil — 1ª Edição, 2026 — Edição revisada conforme o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa de 2009.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

W141d

Wainberg, Jacques A.

Dilemas e escolhas / Jacques A. Wainberg. - Rio de Janeiro: Alta Books, 2026. 1. ed.

272 p.; il.; 15,7 x 23 cm.

ISBN 978-65-5037-406-7

1. Ética. 2. Dilemas morais. 3. Filosofia. 4. Cultura e sociedade. I. Título.

CDD 170

Índice para catálogo sistemático:

1. Ética — Filosofia moral 170

Todos os direitos estão reservados e protegidos por Lei. Nenhuma parte deste livro, sem autorização prévia por escrito da editora, poderá ser reproduzida ou transmitida. A violação dos Direitos Autorais é crime estabelecido na Lei nº 9.610/98 e com punição de acordo com o artigo 184 do Código Penal.

O conteúdo desta obra fora formulado exclusivamente pelo(s) autor(es).

Marcas Registradas: Todos os termos mencionados e reconhecidos como Marca Registrada e/ou Comercial são de responsabilidade de seus proprietários. A editora informa não estar associada a nenhum produto e/ou fornecedor apresentado no livro.

Material de apoio e erratas: Se parte integrante da obra e/ou por real necessidade, no site da editora o leitor encontrará os materiais de apoio (download), errata e/ou quaisquer outros conteúdos aplicáveis à obra. Acesse o site www.altabooks.com.br e procure pelo título do livro desejado para ter acesso ao conteúdo.

Suporte Técnico: A obra é comercializada na forma em que está, sem direito a suporte técnico ou orientação pessoal/exclusiva ao leitor.

A editora não se responsabiliza pela manutenção, atualização e idioma dos sites, programas, materiais complementares ou similares referidos pelos autores nesta obra.

Produção Editorial: Grupo Editorial Alta Books

Diretor Editorial: Anderson Vieira

Editor da Obra: Rodrigo Mentz

Vendas Governamentais: Cristiane Mutus

Produtor Editorial: Alessandro Thomé



Rua Viúva Cláudio, 291 — Bairro Industrial do Jacaré

CEP: 20.970-031 — Rio de Janeiro (RJ)

Tels.: (21) 3278-8069 / 3278-8419

www.altabooks.com.br — altabooks@altabooks.com.br

Ouvidoria: ouvidoria@altabooks.com.br

Editora
afiliada à:



ASSOCIADO



Sumário

APRESENTAÇÃO	1
1. DIFERENÇA OU SEMELHANÇA	9
2. NATURAL OU ARTIFICIAL	25
3. INDIVIDUALISMO OU COLETIVISMO	35
4. VIDA OU MORTE	42
5. PERDÃO OU RANCOR	52
6. ZOMBAR OU APLAUDIR	61
7. SER OU TER	77
8. RAZÃO OU FÉ	91
9. CRIAR OU IMITAR	97
10. VERDADE OU MENTIRA	104
11. CRER OU DESCONFIAR	110
12. FALAR OU ESCUTAR	119
13. GUERRA OU PAZ	125
14. TEORIA OU PRÁTICA	131
15. TRADIÇÃO OU MODERNIDADE	136
16. HERÓI OU VILÃO	142
17. SEGUIR OU CANCELAR	147

18. UNIVERSALISMO OU RELATIVISMO	159
19. ORIENTE OU OCIDENTE	167
20. LEMBRAR OU ESQUECER	179
21. ECONOMIZAR OU GASTAR	184
22. LAZER OU TRABALHO	190
23. OBEDECER OU TRANSGREDIR	200
24. EDUCAÇÃO OU DOCTRINAÇÃO	208
25. IGUALDADE OU MÉRITO	214
26. AMIGO OU INIMIGO	221
27. SINCERIDADE OU FINGIMENTO	229
CONSIDERAÇÕES FINAIS	235
NOTAS	251

APRESENTAÇÃO



Os seres humanos se comunicam com pares de palavras. Uma é dita às claras. A outra, seu antônimo, atua sorrateiramente sem ser pronunciada. A compreensão de um vocábulo só é possível com o contraste com o que lhe é contrário. Por exemplo, sem o *dia* não há *noite*, sem a *mulher* o *homem* não existe, e assim por diante. Por consequência, a toda história contada há outra que lhe é oposta. Ao fazer a *paz*, o inimigo comunica sem exclamar que abandona a *guerra*. Ao gritar “viva a *liberdade*”, o manifestante diz sem afirmar que abomina a *opressão*. Binômios antagônicos são típicos dos dilemas. No caso de *natural ou artificial*, o cotejo é filosófico. Entre o

bem ou *mal*, é ético. O que é *original* e o que é *cópia* faz parte do temário estético.

FILOSOFIA

Binômio	Tipo de oposição	Observações
Ser / Não ser	Ontológica (existência)	Base do pensamento metafísico ocidental desde Parmênides.
Corpo / Alma	Dualista (metafísica)	Central no platonismo e no cristianismo, mas questionado por filósofos modernos.
Razão / Emoção	Epistemológica	Na tradição clássica, a razão costuma ser valorizada como superior às emoções. Agora se diz que a razão é escrava dos sentimentos.
Sujeito / Objeto	Epistemológica	Refere-se à separação entre quem conhece e o que é conhecido.

O relevante nesses casos não é só o contraste semântico, mas o que ele revela sobre o pensamento humano. A pessoa enfrenta diariamente esse desafio de escolher um rumo entre caminhos opostos. Nesse julgamento entram em cena desejos, valores e costumes. Frente a uma mesma encruzilhada, as decisões variam de cultura a cultura. Elas implicam em risco, o que torna a dúvida sobre o porvir um momento de angústia.

CIÊNCIA E TECNOLOGIA

Binômio	Tipo de oposição	Observações
Natural / Artificial	Ontológica / Técnica	Tema debatido na filosofia da tecnologia e na bioética.
Científico / Mítico	Epistemológica	Representa uma hierarquia moderna, mas culturas indígenas não se baseiam nessa oposição.
Orgânico / Mecânico	Biológico / Técnico	Presente em discursos ecológicos e nas críticas à modernidade.

Exemplo é o dilema que alguns enfrentam quando percebem uma ação nociva que deve ser denunciada. Frente a essa situação, muitos, talvez todos, prefiram o silêncio no Japão. Nessa tradição, fica em primeiro lugar a harmonia do grupo. A escolha é resolver o problema de forma a preservar a reputação de todos. Na Alemanha, se dá atenção máxima ao cumprimento rigoroso da lei. No Brasil, valem as relações interpessoais e a lealdade mútua.

A incerteza provocada por um dilema é marcada pela *conjunção coordenativa alternativa*. Em lógica proposicional, o *OU* representa a operação de disjunção, onde pelo menos uma das afirmações conectadas deve ser verdadeira.

O que escolher entre privacidade *ou* segurança digital, entre automação *ou* empregos, entre sustentabilidade *ou* crescimento econômico, entre liberdade de expressão *ou* desinformação, entre desigualdade *ou* meritocracia, entre globalização *ou* identidade cultural, entre consumo *ou* minimalismo, entre inteligência artificial *ou* criatividade humana, entre biotecnologia *ou* ética médica, entre justiça social *ou* liberdade econômica, entre tradição *ou* inovação e entre o trabalho *ou* o lazer?

CIÊNCIAS HUMANAS

Binômio	Tipo de oposição	Observações
Natureza / Cultura	Antropológico	Base para pensar o humano em contraste com o não humano. Tema problematizado por autores como Claude Lévi-Strauss e Bruno Latour.
Selvagem / Civilizado	Colonial, ideológico	Reflete a visão eurocêntrica e, por isso, criticado pela antropologia contemporânea.
Oriente / Ocidente	Geopolítico, simbólico	Oposição cultural e geopolítica.

A insegurança cresce quando o número de alternativas aumenta. No caso do trilema, a escolha é feita entre três opções. Um dos mais famosos é o Trilema de Mundell-Fleming. Os três objetivos da economia são a estabilidade da taxa de câmbio, o livre fluxo de capitais e a política monetária independente. Um país só pode ter duas dessas três metas ao mesmo tempo.

Combinação	Sacrifício	Exemplo
Estabilidade cambial + Livre fluxo de capitais	Sem política monetária independente	Países da zona do euro
Livre fluxo de capitais + Política monetária independente	Sem estabilidade cambial	Estados Unidos
Estabilidade cambial + Política monetária independente	Sem livre fluxo de capitais	China (em certos momentos)

Exemplo de trilema cultural é o que existe entre três valores desejáveis: a liberdade individual, a segurança coletiva e a coesão social. É difícil encontrar um equilíbrio entre eles. Há que se priorizar dois e abandonar o terceiro.

Valores prioritários	Valor sacrificado	Exemplo
Liberdade + Segurança	Coesão social	Estados Unidos
Segurança + Coesão	Liberdade individual	China
Liberdade + Coesão	Segurança coletiva	Países Baixos

Quadrilemas e pentalemas raramente acontecem na vida real. Eles podem ser pensados em exercícios de lógica e de filosofia. Na tradição budista e jainista, existe o tetralema chamado *catuskoti*. Ele afirma que uma

proposição pode ser verdadeira, falsa, verdadeira e falsa e nem verdadeira nem falsa. Esse tipo de ponderação abre espaço para nuances e evita conclusões rígidas. Ele certamente contraria a lógica ocidental.

É possível imaginar o que pode ser chamado de Quadrilema da Vida Digital. A pessoa deseja manter sua privacidade, quer ao mesmo tempo estar online e desfrutar de experiências digitais. Por fim, deseja manter autonomia controlando suas escolhas sem a interferência de algoritmos. Essas alternativas criam um campo de tensão. Elas mostram que não se pode ter tudo que se deseja na vida.

Valores Escolhidos	Valores Sacrificados	Exemplo
Conectividade + Personalização	Privacidade + Autonomia	Usuário de redes sociais e serviços de streaming.
Privacidade + Autonomia	Conectividade + Personalização	Pessoa que usa VPN, bloqueadores de rastreamento e que evita redes sociais.
Autonomia + Conectividade	Personalização + Privacidade	Usuário quer estar online, mas evita algoritmos e coleta de dados.

Outro exemplo demonstra a tensão criada pelo desejo de a pessoa ter a liberdade individual, a intimidade, a estabilidade e a paixão.

Há que se considerar também que muitos dos problemas sociais decorrem do fato de que a decisão racional de alguém pode gerar uma situação pior para todos. São os casos da evasão fiscal, do uso do automóvel particular, da mecanização do trabalho, do desmatamento e da demissão de funcionários. Essa situação é conhecida como *tragédia dos comuns* (Hardin, 1968).¹

Valores Escolhidos	Valores Sacrificados	Exemplo
Estabilidade + Intimidade	Liberdade + Paixão	Casais tradicionais que priorizam segurança e conexão emocional.
Liberdade + Paixão	Estabilidade + Intimidade	Relações casuais, abertas ou baseadas em desejo momentâneo.
Intimidade _+ Liberdade	Estabilidade + Paixão	Relações modernas que valorizam conexão sem compromisso fixo.
Estabilidade + Paixão	Liberdade + Intimidade	Relações intensas, mas com controle ou falta de profundidade emocional.

LITERATURA E ESTÉTICA

Binômio	Tipo de oposição	Observações
Original / Cópia	Estético / Ontológico	Tema relacionado à autenticidade.
Trágico / Cômico	Estético / Narrativo	Estrutura clássica do drama ocidental.
Real / Fantástico	Gêneros literários	Fundamento de narrativas modernas e pós-modernas.

Fica claro, portanto, que *a arte da escolha* existe. A pessoa é obrigada a tomar decisões várias vezes ao dia. Às vezes, a dúvida é resolvida rapidamente, num piscar de olhos. Noutras oportunidades, ela permanece na mente do sujeito que reflete sobre o dilema por um período extenso.

A liberdade cobra um preço. Quem decide assume um caminho e descarta as alternativas. É assim que se constrói pouco a pouco o futuro. Em alguns lugares, predomina o fatalismo. O sujeito se vitimiza e julga inevitável o que lhe acontece. Esse *mindset* favorável à resignação depende também da cultura ambiente.

SOCIEDADE / CULTURA

Binômio	Tipo de oposição	Observações
Público / Privado	Político / Jurídico	Tema fundamental para pensar cidadania, intimidade e poder.
Masculino / Feminino	Gênero / Simbólico	Distinção alvo da crítica feminista e da ideologia de gênero.
Tradição / Modernidade	Temporal / Ideológico	Central em debates sobre progresso, identidade e globalização.

Em certos lugares, o comportamento do indivíduo é controlado boa parte do tempo. Nesse caso, ele se esforça em satisfazer a vontade superior, seja ela a dos pais, a do governo, a do patrão ou a do comandante do pelotão. Embora a qualidade da decisão melhore com um número maior de possibilidades, nem sempre elas são desejadas. A submissão conforta quem não sabe o que fazer de si. Esse é o dilema que o sujeito acostumado a cumprir ordens enfrenta quando tem pela frente caminhos que ele antes desconsiderava. É o que sente alguém que sai da prisão. As possibilidades que antes inexistiam estão agora nos lugares em que ele anda. Essa pessoa sofre porque não distingue em muitos casos a diferença entre as opções. Resulta que ela fica paralisada, sem saber para onde ir e o que fazer.

Saber escolher é comparar para ver o que distingue um caminho do outro. Alternativas similares podem levar a escolhas erradas. O jeito é imaginar. Isso se faz perguntando “E se?”. *E se* eu largar o que faço para começar meu próprio negócio? *E se* a gente tentar uma vez mais antes do divórcio? *E se* não existir educação pública e toda ela for privada?

Refletir sobre o que poderá ser ajuda a sonhar cenários alternativos. É o que usualmente se chama de *livre-arbítrio*. Surge a sensação de que se está no controle do destino. Outros termos para isso são planejar, projetar e pretender.

Isso nem sempre acontece. Há muitas limitações de contexto que impõem percursos que muitos gostariam de evitar. Ultrapassado certo limiar, as diretivas são tantas que fica claro ao indivíduo que ele perdeu o controle de sua vida. A perda de liberdade favorece a obrigação que a pessoa sente de ter que satisfazer as necessidades de outros, mesmo contra sua vontade.

Referências bibliográficas

HARDIN, Garrett. . *Science*, v. 162, n. 3859. p. 1243–1248.

DIFERENÇA OU SEMELHANÇA



Entre as atividades que compõem a indústria do lazer e do entretenimento, o turismo é a que mais intensamente mobiliza os sentidos humanos. Esse efeito subjetivo decorre da imersão que a pessoa faz na diferença. O desfrute da excitação justifica sua disposição em se expor ao que não conhece (Tian *et al.*, 2019). A experiência é proveitosa porque o que se distingue sempre causa algum grau de espanto e de encantamento.

O método indutivo praticado pelos viajantes se assemelha à etnografia. Essa metodologia está baseada na comparação entre o que o ser humano conhece e a novidade. Só assim a diferença aparece claramente (Hall,

2000, p. 103–133). Às vezes, a percepção entre os que chegam a dado lugar e os habitantes locais é espelhada. Esse choque cultural aconteceu na descoberta da América. “Eles acreditam firmemente que eu, acompanhado desses navios e pessoas, vim do céu”, escreveu Cristóvão Colombo no relato de seu encontro com os indígenas (Carrol & Noble, 2001, p. 34–35). Os exploradores não se concentraram na identidade positiva dos nativos, mas no que os diferenciava. Eles, por sua vez, ficaram impressionados com a aparência dos europeus, com sua linguagem e com os navios, as armas e os objetos que traziam na bagagem.

Boa parte das bugigangas tinha o objetivo de apaziguar o ânimo dessa gente. O truque de dar presentes para cativar o apreço de alguém é utilizado pelas pessoas até hoje. Os antropólogos costumam iniciar dessa maneira os intercâmbios com os desconhecidos que encontram em suas viagens (Godelier & Scott, 2020).

Foi o que ocorreu na expedição de Lewis e Clark¹ realizada no território ocidental dos Estados Unidos em 1804. Dois terços da carga transportada nessa missão continham cachimbos, tabaco, anzóis, pentes, material para costura, miçangas, utensílios de cozinha, peças de vestuário, ferramentas, tecidos e facas. Esse material era desconhecido dos povos do novo mundo. Mais tarde, entre 1913 e 1914, essa cena se repetiu nas investidas do Marechal Rondon ao sertão brasileiro.

Esse mimo foi utilizado outra vez em 1993 na Papua-Nova Guiné, quando a tribo Toulambi, conhecida como povo Angu ou Änga, teve seu primeiro contato com o *homem-branco*. Verifica-se que a expressão facial desses indígenas foi de curiosidade e de medo. Eles pensaram que os recém-chegados eram pessoas mortas ressuscitadas (McCarthy, 1963). Olharam com espanto as *coisas* que os estrangeiros mostravam. Levaram um susto quando viram suas imagens refletidas num espelho.²

A realidade material que envolve as pessoas interessa também à arqueologia. Ela autoriza uma viagem ao passado, pois é feita através do escrutínio dos objetos deixados pelos grupos humanos desaparecidos.

O exame das *coisas* utilizadas pelas pessoas explica como elas pensam e agem e como elas se relacionam com a natureza. Os artefatos impactam o desempenho dos indivíduos.³ “Nós pensamos *como e através* das *coisas*, e não simplesmente *sobre* as *coisas*” (Malafouris, 2019). Este autor expressou essa ideia com o neologismo *thinging*. Este tema está sendo desenvolvido no campo da *arqueologia cognitiva* através da *Teoria do Engajamento Material* (Barret, 2001; Malafouris, 2013).

Cabe lembrar a propósito que as pessoas encontram à sua frente 140 *coisas*⁴ que tocam com as mãos e com as quais convivem diariamente (Brown, 2001, 2004, 2014; Zuccoti, 2015).⁵ Ou seja, há um mundo artificial que envolve a pessoa. Outras inúmeras abordagens surgiram sobre este tema a partir da década de 1970 (Hicks, 2010).

Chegadas e saídas

A publicidade turística costuma realçar as características peculiares dos destinos. No passado, as empresas de colonização⁶ faziam o mesmo. Elas apresentaram o Brasil nos Guias de Emigração como um “El Dorado”, um lugar de oportunidades, com terras ricas e um futuro promissor. Os folhetos enfatizavam a abundância de recursos naturais do país, seu potencial para o crescimento econômico e a promessa de uma nova vida. Essa divulgação exaltava a possibilidade de encontrar emprego, de investir em terras, de construir um negócio ou de simplesmente ter uma vida melhor.⁷

Iacob Iedvabnik, autor de *A Descrição da Argentina e suas Colônias*, diz no panfleto que o país era um paraíso, apesar de nunca ter estado no local. Resulta que no século XIX metade da população de Buenos Aires era de estrangeiros atraídos por esse tipo de anúncio. Entre 1820 e 1932, foram seis milhões de imigrantes. Italianos e espanhóis formaram os maiores grupos. Às vezes, a divulgação era patrocinada pelo próprio governo interessado em povoar o território com gente trazida de outros

lugares. Aconteceu também no Brasil, onde muitos chegaram sabendo nada do destino.⁸

Vários motivos explicam esses deslocamentos humanos. Eles podem ser econômicos, políticos, culturais e religiosos. O simples desejo de aventura e a curiosidade pelo estranho também explicam o vai e vem através das fronteiras. Um dos fatores que atraiu imigrantes finlandeses ao Brasil foi o sol, por exemplo. Eles chegaram entre setembro de 1927 e 16 de outubro de 1940. Se instalaram em Penedo, no estado do Rio de Janeiro. Queriam praticar a nudez e precisavam de calor. Após um tempo, vários desistiram e retornaram ao gélido território de onde partiram. Os que ficaram no país começaram a criar galinhas, plantas medicinais e eucaliptos.

Usualmente, a pessoa é obrigada a negociar com o outro o que lhe caracteriza. A diferença atrai sua atenção. No entanto, o que sustenta a relação entre os dois é a semelhança. Essa satisfação de se cercar de gente parecida consigo explica a existência dos grupos de afinidade. Nesse caso, o laço entre os confrades é forte e a mensagem que circula nesta rede social é redundante (Cencola, 2022). A membresia tribal permanece em vigência até hoje. É a zona de conforto da intimidade.

Os dilemas sociais são mais bem resolvidos quando esses grupos cooperam de forma espontânea, o que nem sempre acontece. O comportamento sectário causa desequilíbrio social. Isso é facilmente observado quando predomina a radicalização e o extremismo político. Eles não favorecem a concessão mútua e o altruísmo.

Paladar do turista

O levantamento das motivações dos turistas é requisito para o planejamento da rota e a constituição de um destino competente. O que está em jogo é a capacidade da atração seduzir o peregrino. Foi o que aconteceu em Casablanca. Um investimento de cerca de 500 milhões de euros construiu um dos mais suntuosos edifícios do planeta, a Mesquita de

Hasan II. É a terceira maior mesquita da África e a 14^a. do mundo, sendo capaz de abrigar 100 mil fiéis (25 mil no interior do prédio e 80 mil no pátio). Além de satisfazer as necessidades espirituais dos fiéis, o prédio se transformou num destino irresistível aos 300 mil visitantes que chegam ao local todos os anos.

Algo similar sucede em São Paulo com a construção do Templo de Salomão. Ele recebe mensalmente, em média, 400 mil pessoas. Em 2020, foi considerado o ponto mais visitado da cidade. Em 10 anos, mais de 30 milhões de pessoas estiveram no local.

Destínos como esses fazem parte do inventário da oferta turística. Esse tema é tratado no que se convencionou chamar de *geografia emocional* (Anderson & Smith, 2001; Smith *et al.*, 2005). Esse campo de estudos avalia os sentimentos despertados na relação do sujeito com os lugares em que circula (Hosany & Prayag, 2013; Hosany *et al.*, 2005; Hosany, 2012).

Os críticos costumam dizer que a originalidade da atração é uma montagem cujo propósito é comercial. É um espetáculo caracterizado por bens simbólicos produzidos intencionalmente para atrair as pessoas. Ideia similar foi apresentada pelo folclorista Richard M. Olson. Em vez de utilizar o termo folclore, ele cunhou e popularizou o vocábulo *fakelore* (1976).

Mesmo pequenas diferenças surpreendem o observador e produzem efeitos. A prosódia, por exemplo, elabora sobre esse impacto na linguagem. As pessoas comunicam sentimentos modificando os atributos acústicos de suas vozes. Isso acontece na conversação, nas cantorias, na narração esportiva, nos telejornais e na oralidade em geral. Quem fala comunica mais do que diz através da ênfase e do ritmo do seu discurso. A nuance aparece também na produção musical. O gênio do improviso, Jon Batiste, mostra tal efeito ao mesclar blues e Beethoven.⁹

A sociabilidade ensina o ouvinte a inferir da variação de tom as emoções implicadas, entre elas a alegria, a ironia, o medo e a raiva (Wainberg, 2024). É o que também sucede nas cerimônias cívicas, políticas e religiosas e

noutras situações nas quais um orador domina a atenção do público com a entonação retórica.

A vantagem relativa de uma inovação é mais facilmente percebida nos primeiros dias de sua adoção. Com o passar do tempo, o que se distingue desaparece dos olhos e do pensamento dos observadores. Quando as novidades finalmente penetram o circuito do costume da comunidade, as pessoas se dão conta tardiamente de que o estilo de suas vidas mudou para sempre (Levy, 1999, p. 217–224).

Foi o que aconteceu no passado. Depois de um tempo, todos se acostumaram com o fogo, com a roda e com a sela do cavalo. Essas novidades não chamam mais a atenção, embora tenham mudado o rumo da história. A diferença, por ser dependente da percepção do cidadão, deixa de existir com o hábito. Ocorre que a diferença está em todos os lugares. Algo é o que o distingue. No contato interpessoal, um interlocutor enxerga a aparência, o sexo e a cor da pele do outro. Os que se relacionam não veem facilmente as crenças, a nacionalidade, os valores, as habilidades e a história do interlocutor. Essas diferenças são um mistério. Descobrir esse elemento mágico da singularidade é mostrar a riqueza da existência.

A cegueira à diferença ocorre também em situações de bloqueio cultural, de traumas pessoais e coletivos, de isolamento social e em consequência de traços de personalidade. Os narcisistas, por exemplo, se superestimam. Em consequência da falta de empatia, eles não compreendem as emoções e as necessidades alheias. Freud elaborou sobre o que chamou de *narcisismo das pequenas diferenças*. A expressão se refere ao sentimento de hostilidade e de estranheza que surge entre pessoas que em essência são muito parecidas (Blok, 1998). É o caso das distinções identitárias que existem entre negros americanos e negros africanos.

Em suma, e repetindo, mesmo pequenas diferenças podem motivar a exaltação. Observadores distantes ficam espantados com o choque milenar que perdura entre sunitas e xiitas, por exemplo. Os dois grupos são muçulmanos, mas a narrativa da fé os separa. As disputas que ocorrem em

Papua Nova Guiné e noutros lugares acontecem a despeito da semelhança cultural entre os grupos envolvidos nos embates armados. Isso sucede também na Somália, em Ruanda e em Burundi, no Sudão do Sul, no Saara Ocidental, na República Democrática do Congo e na Nigéria. O que separa os irlandeses do norte e os ingleses surpreende quem não acompanha a história de perto. O que parece ser igual é diferente.

Há ainda o caso dos obcecados. Eles são incapazes de prestar atenção em mais de uma coisa ao mesmo tempo. Há também os que preferem não ver para não sofrer. Personalidades autoritárias e rígidas também têm dificuldade em aceitar e valorizar a diferença. Isso sucede porque eles cultivam pensamentos dicotômicos (nós/eles, certo/errado e bom/mau, por exemplo) e têm maior necessidade de ordem e de controle. Não toleram, portanto, as ambiguidades e os detalhes. Preferem o conformismo social e são fortemente apegados à tradição. Segundo o Lab Profile,¹⁰ este tipo humano raramente admite uma mudança importante em sua vida. Ela só acontece uma vez a cada 10 anos.

Num lado estão os que percebem mais facilmente as semelhanças. Eles gostam que as coisas se pareçam, pois desfrutam da familiaridade e da previsibilidade. No lado oposto estão os que gostam da diferença. Os aventureiros procuram intensamente a novidade e experimentam o que lhes parece incomum.

A semelhança é tema caro à ciência jurídica interessada em esclarecer a lei e evitar a ambiguidade no tratamento dos delitos. A igualdade formal significa tratar da mesma maneira pessoas envolvidas em situações idênticas. A função judicial implica em observar o detalhe para assim oferecer sentenças diferentes a situações que são distintas.

O assunto também é relevante para as políticas de cargos e salários. A administração da diferença, interessada na inclusão social, considera o pressuposto de que nas organizações as pessoas devem receber o mesmo valor se exercerem as mesmas funções independentemente do sexo, da raça, da idade, da religião e da origem étnica do trabalhador.

No marketing, a diferença é bem-vinda, pois oferece a alternativa da vantagem competitiva. Se tudo for igual, não há como distinguir um produto de outro. Do ponto de vista comercial, a mesmice é mortal. O lançamento anual de modelos de carros se vale da minúcia que encanta o consumidor, apesar de o automóvel novo ser em grande medida igual ao modelo anterior. O pormenor aguça a curiosidade e o desejo da pessoa ter a posse do que não estava à sua disposição até então. Caso adicional é a moda. Resulta desses exemplos a categoria paradoxal de que o *mesmo pode ser diferente*.

O antropólogo Gregory Bateson diz que “nas ciências exatas, os efeitos são, em geral, causados por condições ou eventos bastante concretos — impactos, forças e assim por diante. Mas quando você entra no mundo da comunicação, da organização, etc., você deixa para trás todo aquele mundo em que os efeitos são provocados por forças, impactos e troca de energia. Você entra em um mundo em que *os “efeitos” são provocados por diferenças*. Ou seja, são provocados pelo tipo de “coisa” que entra no mapa a partir do território. Isso é diferença” (1972).

Esse tema é tratado no campo da filosofia por inúmeros pensadores. Exemplos são Heráclito, Parmênides, Platão, Aristóteles, Friedrich Nietzsche, Emmanuel Levinas, Giles Deleuze, Jacques Derrida, Immanuel Kant, Martin Heidegger, Maurice Merleau-Ponty, Hannah Arendt, Gershom Sholem e Zygmunt Bauman¹¹ (Donkel, 2001).

Percepção

Kim & Fesenmaier (2015) criaram “mapas emocionais” produzidos em tempo real. Dessa maneira, é possível avaliar o que a pessoa sente no processo vivo de uma experiência. Evita-se dessa maneira as distorções causadas pela recordação (Jiand *et al.*, 2022). Entre elas está a *retrospectiva idílica*, também chamada de *memória rósea*. Trata-se do julgamento positivo que a pessoa faz do passado. Os fatos são ajustados para

permanecerem guardados no longo prazo. Nesse caso, vários detalhes são removidos e as decepções esquecidas.

O contato com a diferença pode ser perturbador. Foi o caso de Sayyid Qutub. O fundador da Irmandade Muçulmana voltou alarmado depois de sua visita de dois anos aos Estados Unidos. Ao chegar ao Egito em 1951, escreveu “The America that I have seen”. Sua crítica incluiu o materialismo, as liberdades individuais consideradas excessivas, o sistema econômico competitivo do país, as conversas superficiais e fúteis das pessoas, o exagerado entusiasmo americano pelo esporte e a mistura entre homens e mulheres nos lugares públicos. Em última instância, o choque cultural solidificou sua visão de mundo jihadista.

Outra reação amarga foi o discurso proferido por Alexander Solzhenitsyn na Universidade de Harvard em oito de junho de 1978. A forte crítica do dissidente soviético que viveu 18 anos nos Estados Unidos como exilado ressoa até hoje. Disse, por exemplo, que o país que o acolheu havia perdido a coragem e a espiritualidade.

A mesmice é responsável pelo tédio. O turismo, ao contrário, é um sucesso porque é uma maneira de superar o enfado. A jornada em campo estranho gera no visitante emoções fortes. Esse fator é determinante para a competição entre os destinos. Os turistas assumem o custo da jornada para sentir no trajeto o que desejavam na partida. Muitos brasileiros vão ao hemisfério norte atraídos pela vida no primeiro mundo. Muitos nortistas partem ao sul para consumir o exotismo do trópico.

O viajante busca sempre o produto que preenche e satisfaz o que lhe falta. É o caso da aventura de sentir e de superar o medo de um desafio. Esse temor motiva a prática dos esportes radicais (Mura, 2010). O horror, por sua vez, caracteriza o *tanatoturismo*. Entre esses destinos relacionados ao sofrimento humano estão os campos de concentração e de batalha, museus, mausoléus e monumentos, cemitérios e prisões (como Alcatraz em São Francisco e a que encarcerou Nelson Mandela na Cidade do Cabo).

Métodos usualmente utilizados para avaliar as reações sensoriais das pessoas às experiências incluem a análise eletrotérmica do sujeito, o exame da atividade muscular de sua face, o seu ritmo cardíaco, o movimento dos seus olhos e a eletroencefalografia (aplicada no que agora é denominado de neuromarketing).

O Cubo da Emoção de Lövheim é uma possibilidade metodológica adicional. Trata-se de uma prática que examina a relação entre os neurotransmissores serotonina, dopamina e noradrenalina e a produção das emoções básicas (a vergonha e a humilhação, o desgosto, o prazer, a excitação e o interesse, a raiva, a angústia e a surpresa). Cada sentimento age numa região do corpo.

A felicidade, por exemplo, atinge a pessoa por inteiro (Nummenmaa, *et al.*, 2013; Aly, Godinho, Bota *et al.*, 2024). A fobia é uma síndrome que imobiliza o sujeito. No turismo, algumas pessoas detestam o frio (*criofobia*). Outras têm medo de voar (*aerofobia*). Certo tipo de viajante não gosta de ruínas (*atefobia*). Os que não viajam sofrem de *bodofobia*. Crianças pequenas sentem essa ansiedade quando são deixadas na escola por seus pais. Os sintomas são a falta de ar, taquicardia, tremores, sudorese, dores de estômago e ataques de pânico. Freud chamou esse desgosto de *Reisefieber* (febre de viagens), algo que ele mesmo sofria (Vitz, 1988).

Impacto distinto acontece com o festejo do passeio. Ele anima a disposição em favor de novos roteiros, descobertas e vivências. Por isso mesmo, a viagem é manejada para que as pessoas sejam *afetadas* de alguma maneira com a diferença (Coghlan & Pearce, 2010; Gilbert & Abdullah, 2004).

Esse tema se tornou conteúdo político controverso graças ao interesse contemporâneo sobre sexualidade, nacionalismo, minorias, feminismo, política identitária, etnicidade e sincretismo cultural (Currie, 2004). No Brasil, o debate racial animou a polêmica. A adoção em muitos lugares de políticas afirmativas alimentou o debate. Brancos que se declaram negros tornaram as cotas raciais um assunto litigioso. Isso acontece também

porque 45,3% dos brasileiros se declaram pardos e 30% dos que se declaram brancos têm ancestrais negros (Oliveira, 2016).

Visita e encontro

Outra razão que explica o sucesso do turismo é o fato de que ele trata a diferença de forma amável. O passeio é superficial e não implica em compromisso afetivo entre visitantes e visitados. Ele é rápido para manter vivo o fascínio do percurso (Nawijm *et al.* 2012). Resulta que nesse desfrute o peregrino aprende mais sobre si do que sobre o percebido como excêntrico. O contraste entre o mundo dominado e a novidade estimula a reflexão crítica e sentimental de sua própria identidade.

O verbete *encontro* refere-se a algo distinto, apesar de ser utilizado para descrever a chegada do viajante a um lugar desconhecido. Em latim, ele diz respeito ao envolvimento de alguém com um adversário. O vocábulo aponta a existência de uma fronteira belicosa entre as partes. A realidade mostra que essa demarcação é maleável, pois muda com a passagem do tempo e com as circunstâncias.

Exemplo de flexibilidade dos limites que separam as pessoas, os estados e outros atores são as alianças por associação. Na guerra contra o nazismo, a União Soviética tornou-se parceira do seu principal opositor, os Estados Unidos. O inimigo se torna amigo quando ambos têm pela frente um mesmo perigo. Essa condição mostra a relatividade emocional dos vínculos na política. Resulta o ensinamento de que o odiado de hoje pode ser benquisto e às vezes amado no futuro. Sob estresse, a diferença que persiste é menos potente que a semelhança que emerge em certo momento.

O *encontro* requer pelo menos um ponto ou zona de contato entre as partes (Allport, 1954). Ele pode ser facilitado com a promoção de situações que ajudam os interlocutores a mitigar as diferenças que resistem (Piekut & Valentine, 2017). Utiliza-se agora a expressão *prática cosmopolita* (Nowicka