



5. Direitos de nome	163
Autógrafos à venda • <i>Home runs</i> patrocinados por empresas • Espaços VIP de luxo • O homem que mudou o jogo • Antiféticos no banheiro • Publicidade em livros • Propaganda no corpo • Praça pública com marca • Guarda-vidas e trilhas naturais com marca • Carros de polícia e hidrantes • Comerciais em sala de aula • Publicidade nas prisões • A VIPização da vida cotidiana	
NOTAS	203
AGRADECIMENTOS	229
ÍNDICE REMISSIVO	231



**Introdução**  
**O mercado e a moral**

Há coisas que o dinheiro não compra, mas, atualmente, não muitas. Hoje, quase tudo está à venda. Alguns exemplos:

- *Uprade na cela carcerária: US\$ 82 por noite.* Em Santa Ana, Califórnia, e algumas outras cidades, os infratores não violentos podem pagar por acomodações melhores — uma cela limpa e tranquila na prisão, longe das celas dos prisioneiros não pagantes.<sup>1</sup>
- *Acesso às pistas de transporte solidário: US\$ 8 nas horas do rush.* Para tentar diminuir o congestionamento do trânsito, Minneapolis e outras cidades estão permitindo que motoristas desacompanhados usem as pistas reservadas ao transporte solidário, a taxas que variam de acordo com a intensidade do tráfego.<sup>2</sup>
- *Barriga de aluguel indiana: US\$ 6.250.* Os casais ocidentais em busca de uma mãe de aluguel recorrem cada vez mais à terciarização na Índia, onde a prática é legal e o preço corresponde a menos de um terço das taxas em vigor nos Estados Unidos.<sup>3</sup>
- *Direito de ser imigrante nos Estados Unidos: US\$ 500.000.* Os estrangeiros que investem US\$ 500.000 e geram pelo menos dez empregos numa região de alto nível de desemprego recebem um *green card* que lhes dá direito de residência permanente.<sup>4</sup>
- *Direito de abater um rinoceronte negro ameaçado de extinção: US\$ 150.000.* A África do Sul passou a autorizar fazendeiros a vender a caçadores o direito de matar uma quantidade limitada

de rinocerontes para incentivá-los a criar e proteger a espécie, ameaçada de extinção.<sup>5</sup>

- *O celular do seu médico: US\$ 1.500 ou mais por ano.* Um número cada vez maior de médicos “de boutique” oferece acesso ao seu telefone celular e consultas para o mesmo dia a pacientes dispostos a pagar taxas anuais que variam de US\$ 1.500 a US\$ 25.000.<sup>6</sup>
- *O direito de lançar uma tonelada métrica de gás carbônico na atmosfera: € 13 (aproximadamente US\$ 18).* A União Europeia mantém um mercado de emissões de gás carbônico que permite às empresas comprar e vender o direito de poluir.<sup>7</sup>
- *Matrícula do seu filho numa universidade de prestígio?* Embora o preço não seja divulgado, funcionários de certas universidades de primeira linha disseram ao *Wall Street Journal* que aceitam alunos não propriamente brilhantes cujos pais sejam ricos e suscetíveis de fazer doações financeiras substanciais.<sup>8</sup>

Nem todo mundo pode pagar por essas benesses. Mas hoje não faltam maneiras de ganhar dinheiro. Se você está precisando ganhar algum a mais, aqui vão algumas possibilidades inovadoras:

- *Alugar espaço na testa (ou em outra parte do corpo) para publicidade comercial:* US\$ 777. A Air New Zealand contratou trinta pessoas para rasparem a cabeça e usarem tatuagens temporárias com o slogan “Precisando mudar? Vá para a Nova Zelândia”.<sup>9</sup>
- *Servir de cobaia humana em testes de laboratórios farmacêuticos para novas medicações:* US\$ 7.500. A remuneração pode ser maior ou menor; depende da agressividade do procedimento usado para testar o efeito da nova droga, assim como do desconforto envolvido.<sup>10</sup>
- *Combater na Somália ou no Afeganistão num contingente militar privado:* US\$ 250 por mês a US\$ 1.000 por dia. O pagamento varia de acordo com a qualificação, a experiência e a nacionalidade.<sup>11</sup>
- *Fazer fila durante a noite no Congresso americano para guardar lugar para um lobista que pretenda comparecer a uma audiência*

10

*no dia seguinte: US\$ 15-US\$ 20 por hora.* Os lobistas pagam a empresas contratantes, que recorrem a pessoas sem teto e outros para entrar nas filas.<sup>12</sup>

- *Ler um livro, no caso de um aluno do 2º ano do ensino fundamental numa escola de Dallas com baixo desempenho:* US\$ 2. Para estimular a leitura, as escolas pagam às crianças por cada livro que leem.<sup>13</sup>
- *Perder seis quilos em quatro meses, no caso de um obeso:* US\$ 378. Empresas e seguradoras oferecem incentivos financeiros à perda de peso e outros tipos de comportamento saudável.<sup>14</sup>
- *Comprar a apólice de seguro de uma pessoa idosa ou doente, pagar os prêmios anuais enquanto ela está viva e receber a indenização quando morrer: potencialmente, milhões de dólares (dependendo da apólice).* Esse tipo de aposta na vida de estranhos transformou-se numa indústria de US\$ 30 bilhões. Quanto mais cedo o estranho morrer, mais o investidor ganhará.<sup>15</sup>

Vivemos numa época em que quase tudo pode ser comprado e vendido. Nas três últimas décadas, os mercados — e os valores de mercado — passaram a governar nossa vida como nunca. Não chegamos a essa situação por escolha deliberada. E quase como se a coisa tivesse se abtido sobre nós.

Quando a guerra fria acabou, os mercados e o pensamento pautado pelo mercado passaram a destruir de um prestígio sem igual, e muito compreensivelmente. Nenhum outro mecanismo de organização da produção e distribuição de bens tinha se revelado tão bem-sucedido na geração de afluência e prosperidade. Mas, enquanto um número cada vez maior de países em todo o mundo adotava mecanismos de mercado na gestão da economia, algo mais também acontecia. Os valores de mercado passavam a desempenhar um papel cada vez maior na vida social. A economia tornava-se um domínio imperial. Hoje, a lógica da compra e venda não se aplica mais apenas a bens materiais: governa crescentemente a vida como um todo. Está na hora de perguntarmos se queremos viver assim.

11

### A era do triunfalismo de mercado

Os anos anteriores à crise financeira de 2008 foram um período temerário de aposta no mercado e na deregulamentação — uma era de triunfalismo de mercado. Essa era começou no início da década de 1980, quando Ronald Reagan e Margaret Thatcher proclamaram sua convicção de que os mercados, e não o governo, é que detinham a chave da prosperidade e da verdade. E prosseguiu na década de 1990, com o liberalismo favorável ao mercado de Bill Clinton e Tony Blair, que modernizou, porém consolidou a convicção de que os mercados constituem o principal meio para a consecução do bem público.

Hoje, essa convicção está em dúvida. A era do triunfalismo de mercado chegou ao fim. A crise financeira não serviu apenas para pôr em dúvida a capacidade dos mercados de gerir os riscos com eficiência. Generalizou também a impressão de que os mercados desvincularam-se da moral e de que de alguma forma precisamos restabelecer esse vínculo. Mas não parece evidente para ninguém o que isso pode significar nem como devemos proceder.

Há quem diga que a falha moral no cerne do triunfalismo de mercado era a ganância, que levou a assumir riscos de maneira irresponsável. A solução, segundo esse ponto de vista, consiste em coibir a ganância, insistir em maior integridade e responsabilidade da parte dos banqueiros e executivos de Wall Street e adotar normas sensatas para impedir que uma crise semelhante volte a ocorrer.

Trata-se, na melhor das hipóteses, de um diagnóstico parcial. Embora certamente seja verdade que a ganância desempenhou um papel na crise financeira, o que está em questão é algo maior. A mudança mais decisiva ocorrida nas três últimas décadas não foi o aumento da ganância, mas a extensão dos mercados, e de valores de mercado, a esferas da vida com as quais nada têm a ver.

Para enfrentar essa situação, não basta investir a ganância; devemos repensar o papel a ser desempenhado pelos mercados em nossa sociedade. Precisamos de um debate público sobre o que significa manter os mercados no seu devido lugar. Para que ocorra esse debate, precisamos

analisar os limites morais do mercado. Precisamos perguntar se não existem certas coisas que o dinheiro não pode comprar.

A chegada do mercado e do pensamento centrado nele a aspectos da vida tradicionalmente governados por outras normas é um dos acontecimentos mais significativos da nossa época.

Veja-se, por exemplo, a proliferação de escolas, hospitais e prisões inseridos no sistema da busca de lucro, assim como a terceirização da guerra a empresários militares privados. (No Iraque e no Afeganistão, as forças de fornecedores privados tornaram-se mais numerosas do que as tropas militares americanas.<sup>16)</sup>

Veja-se o eclipse das forças policiais públicas por empresas de segurança privada — especialmente nos Estados Unidos e na Grã-Bretanha, onde o número de guardas particulares chegou a mais do que o dobro do número de policiais da força pública.<sup>17</sup>

Veja-se, ainda, o agressivo marketing adotado pelos laboratórios farmacêuticos para a venda de remédios aos consumidores nos países ricos. (Se alguma vez você assistiu à publicidade de televisão durante o noticiário noturno nos Estados Unidos, seria compreensível se ficou achando que o maior problema de saúde do mundo não é a malária, a oncocercose ou a doença do sono, mas uma grave epidemia de disfunção erétil.)

Ou então vejamos a invasão das escolas públicas pela publicidade comercial; a venda de “direitos de nome” a parques e espaços cívicos; a comercialização de óvulos e esperma “de grife” para a reprodução assistida; a terceirização da gravidez da mãe de aluguel no mundo desenvolvido; a compra e venda, por parte de empresas e países, do direito de poluir; um sistema de financiamento de campanhas eleitorais que chega perto de permitir a compra e venda das eleições.

Essas formas de utilização do mercado para fornecimento de saúde, educação, segurança pública, segurança nacional, justiça penal, proteção ambiental, recreação, procriação e outros bens sociais praticamente eram desconhecidas há trinta anos. Hoje, praticamente passaram a fazer parte da paisagem.

### Tudo à venda

Por que ficar preocupado com o fato de estarmos caminhando para uma sociedade em que tudo está à venda?

Por dois motivos: um tem a ver com desigualdade; o outro, com corrupção. Veja-se a questão da desigualdade: Numa sociedade em que tudo está à venda, a vida fica mais difícil para os que dispõem de recursos modestos. Quanto mais o dinheiro pode comprar, mais importante é a afluência (ou a sua falta).

Se a única vantagem da afluência fosse a capacidade de comprar lates, carros esportivos e férias no exterior, as desigualdades de renda e riqueza não teriam grande importância. Mas, à medida que o dinheiro passa a comprar cada vez mais — influência política, bom atendimento médico, uma casa num bairro seguro, e não numa zona de alto índice de criminalidade, acesso a escolas de elite, e não às que apresentam maus resultados —, a questão da distribuição da renda e da riqueza adquire importância muito maior. Quando todas as coisas boas podem ser compradas e vendidas, ter dinheiro passa a fazer toda a diferença do mundo.

Por isso é que as últimas décadas se têm revelado particularmente difíceis para as famílias pobres e de classe média. Não só se agravou a desigualdade entre ricos e pobres como a mercantilização de tudo aguçou a desigualdade e aumentou a importância do dinheiro.

O segundo motivo que nos deveria levar a hesitar em pôr tudo à venda é mais difícil de descrever. Não se trata mais de desigualdade e injustiça, mas da tendência corrosiva dos mercados. Eles podem ser corrompidos por essa prática de estabelecer preço para as coisas boas da vida. E isso porque os mercados não se limitam a distribuir bens; eles também expressam e promovem certas atitudes em relação aos produtos trocados. A remuneração de crianças para que leiam livros pode levá-las a ler mais, mas também faz com que passem a enciar a leitura como um esporte, e não como fonte de satisfação em si mesma. O leilão de vagas numa instituição de ensino pode aumentar sua renda, mas também corrói a integridade do estabelecimento e o valor de seu diploma. A contratação

de mercenários estrangeiros em guerras talvez sirva para poupar a vida dos nossos cidadãos, mas corrompe o significado da cidadania.

Os economistas costumam partir do princípio de que os mercados são inertes, de que não afetam os bens neles trocados. Mas não é verdade. Os mercados deixam sua marca. Às vezes, os valores de mercado são responsáveis pelo descarte de princípios que, não vinculados aos mercados, devem ser respeitados.

Naturalmente, pode haver discordância em torno dos princípios que valem a pena e das motivações a respeito. Assim, para decidir o que o dinheiro pode — e não pode — comprar, precisamos saber quais valores governarão as diferentes áreas da vida cívica e social. A análise dessa questão é o tema deste livro.

Eis aqui uma prévia das respostas que pretendo propor: quando decidimos que determinados bens podem ser comprados e vendidos, estamos decidindo, pelo menos implicitamente, que podem ser tratados como mercadorias, como instrumentos de lucro e uso. Mas nem todos os bens podem ser avaliados dessa maneira.<sup>18</sup> O exemplo mais óbvio são os seres humanos. A escravidão era ultrajante por tratar seres humanos como mercadorias, postas à venda em leilão. Esse tratamento não leva em conta os seres humanos de forma adequada — como pessoas que merecem respeito e tratamento condigno, e não como instrumentos de lucro e objetos de uso.

Algo semelhante pode ser dito a respeito dos bens e práticas que nos são valiosos. Não colocamos crianças à venda no mercado. Ainda que os compradores não maltratassem as crianças compradas, a existência de um mercado de crianças estaria expressando e promovendo uma maneira errada de tratá-las. As crianças não são bens de consumo, mas seres que merecem amor e cuidados. Ou, então, vejamos a questão dos direitos e das obrigações da cidadania. Se você for convocado a participar de um júri, não poderá contratar um substituto. E os cidadãos tampouco têm o direito de vender seus votos, embora não falte quem esteja ansioso por comprá-los. Por que não? Porque consideramos que os deveres cívicos não devem ser encarados como propriedade privada, mas como uma responsabilidade pública. Terciarizá-los significa avilá-los, tratá-los de maneira errada.

Esses exemplos ilustram uma questão mais ampla: algumas das boas coisas da vida são corrompidas ou degradadas quando transformadas em mercadoria. Desse modo, para decidir em que circunstâncias o mercado faz sentido e quais aquelas em que deveria ser mantido a distância, temos de decidir que valor atribuir aos bens em questão — saúde, educação, vida familiar, natureza, arte, deveres cívicos e assim por diante. São questões de ordem moral e política, e não apenas econômicas. Para resolvê-las, precisamos debater, caso a caso, o significado moral desses bens e sua correta valorização.

É um debate que não ocorreu durante a era do triunfalismo de mercado. Em consequência, sem que nos dêsemos conta, sem mesmo chegar a tomar uma decisão a respeito, fomos resvalando da situação de *ter* uma economia de mercado para a de *ser* uma sociedade de mercado.

A diferença é esta: uma economia de mercado é uma ferramenta — valiosa e eficaz — de organização de uma atividade produtiva. Uma sociedade de mercado é um modo de vida em que os valores de mercado permeiam cada aspecto da atividade humana. É um lugar em que as relações sociais são reformataadas à imagem do mercado.

O grande debate que está faltando na política contemporânea diz respeito ao papel e ao alcance dos mercados. Queremos uma economia de mercado ou uma sociedade de mercado? Que papel os mercados devem desempenhar na vida pública e nas relações pessoais? Como decidir que bens podem ser postos à venda e quais deles devem ser governados por outros valores que não os de mercado? Onde não pode prevalecer a lei do dinheiro?

São as questões de que este livro procurará tratar. Como elas envolvem visões polémicas da sociedade ideal e da vida ideal, não posso prometer respostas definitivas. Mas pelo menos espero provocar um debate público a respeito e estabelecer um contexto filosófico para sua análise.

#### O papel dos mercados

Ainda que concordemos com o fato de que precisamos enfrentar as grandes questões relativas à moralidade do mercado, você pode ter lá suas dúvidas quanto à capacidade do discurso público nessa esfera. E a

divida procede. Qualquer tentativa de repensar o papel e o alcance do mercado deve começar pelo reconhecimento de dois sérios obstáculos. Um deles são os persistentes poder e prestígio do pensamento de mercado, mesmo depois do mais grave fracasso dele em oitenta anos. O outro é a amosidade e o vazio do discurso público. Essas duas situações não são totalmente alheias entre elas.

O primeiro obstáculo é desafiador. Na época, a crise financeira de 2008 foi considerada um autêntico veredito moral sobre a adoção acrítica dos mercados que prevalecera em todo o espectro político durante três décadas. O quase colapso de instituições financeiras outrora poderosas de Wall Street e a necessidade de socorro maciço à custa dos contribuintes pareciam indicar que viria uma pronta reavaliação dos mercados. Até Alan Greenspan, que na qualidade de presidente do Federal Reserve, o banco central americano, oficiava como grão-sacerdote da religião triunfalista de mercado, admitiu estar em “estado de choque e descrença” pelo fato de sua confiança na capacidade de autocorreção do livre mercado ter-se revelado equivocada.<sup>19</sup> Na capa da *Economist*, o semanário britânico campeão da ideologia de mercado, via-se um manual de economia desfazendo-se num lodacal, sob o título: “O que deu errado na economia?”<sup>20</sup>

A era do triunfalismo de mercado tivera um fim devastador. Certamente viria, então, um momento de reavaliação moral, um período de sensato reexame da religião de mercado. Mas não foi assim que as coisas se encaminharam.

O espetacular fracasso dos mercados financeiros não amorteceu muito a confiança nos mercados de maneira geral. Na verdade, a crise financeira deixou mais desacreditados os governos do que os bancos. Em 2011, certas pesquisas indicavam que o público americano culpava antes o governo federal do que as instituições financeiras de Wall Street pelos problemas econômicos enfrentados pelo país — com uma margem de mais de dois para um.<sup>21</sup>

A crise financeira proferira os Estados Unidos e boa parte da economia global na mais grave crise econômica desde a Grande Depressão do início da década de 1930 e lançara no desemprego milhões de pessoas.

Mas não levou a uma fundamental reavaliação dos mercados. Pelo contrário, sua consequência política mais saliente nos Estados Unidos foi a ascensão do movimento Tea Party, cujas ideias de hostilidade ao governo e total adesão ao livre mercado deixariam Ronald Reagan ruborizado. No outono de 2011, o movimento Occupy Wall Street originou manifestações de protesto em cidades de todo o território americano e em várias partes do mundo. Seu alvo eram os grandes bancos e o poder corporativo, assim como a crescente desigualdade da renda e da riqueza. Apesar da diferença de orientação ideológica, os militantes do Tea Party e do Occupy Wall Street davam igualmente voz a uma indignação populista contra o socorro às instituições financeiras em crise.<sup>22</sup>

Apesar dessas vozes de protesto, nossa vida política continua basicamente infensa a um debate sério sobre o papel e o alcance dos mercados. Democratas e republicanos continuam discutindo, como sempre fizeram, sobre impostos, gastos e déficits orçamentários, só que com espírito ainda mais partidário e muito pouca capacidade de inspirar ou convencer. A desilusão com a política aumenta entre cidadãos cada vez mais frustrados com um sistema incapaz de atender ao bem público ou enfrentar as questões que realmente importam.

Essa perigosa situação do discurso público é o segundo obstáculo a um debate a respeito dos limites morais do mercado. Numa época em que o debate político consiste essencialmente em pugilato verbal na televisão a cabo, acusações partidárias no rádio e retóricas ideológicas no plenário do Congresso, seria difícil imaginar um debate público ponderado sobre questões morais polêmicas, como a mancha correa de atribuir valor a procriação, filhos, educação, saúde, meio ambiente, cidadania e outros bens. Mas creio que esse debate é possível e que haveria de revigorar a vida pública.

Há quem veja na animosidade de nossa política um excesso de convicção moral: são muitos aqueles que acreditam demais, de maneira por demais agressiva, nas próprias convicções, querendo impô-las aos outros. Tenho para mim que se trata de uma leitura equivocada do transe em que nos encontramos. O problema na nossa política não é uma questão de convicções morais de mais, mas de menos. Nossa política é tão exaltada

por causa do seu essencial vazio, em conteúdo moral ou espiritual. Ela não é capaz de enfrentar as grandes questões que importam a todos.

O vazio moral da política contemporânea tem algumas explicações. Uma delas é a tentativa de banir do discurso público a questão dos ideais. Na esperança de evitar confrontos sectários, muitas vezes insistimos em que os cidadãos deixem suas convicções morais e espirituais para trás ao entrar na arena pública. Apesar da boa intenção, contudo, a relutância em acitar na política argumentos sobre os ideais de vida abriu caminho para o triunfalismo de mercado e a constante ascendência do raciocínio mercadológico.

A sua maneira, o pensamento mercadológico também priva a vida pública de fundo moral. O interesse do mercado decorre em parte do fato de não julgar as preferências a que atende. Ele não quer saber se determinadas maneiras de avaliar os bens são preferíveis a outras ou mais condígnas. Se alguém estiver disposto a pagar por sexo ou por um rim e um adulto se dispuser a vendê-lo, a única pergunta que o economista faz é: "Quanto?" Os mercados não apontam o polegar para cima ou para baixo. Não discriminam entre preferências louváveis ou condenáveis. Cada parte envolvida num trato decide por si mesma que valor atribuir aos objetos trocados.

Essa oposição isenta de julgamento em relação aos valores está no cerne do pensamento mercadológico e explica boa parte do seu interesse. Mas nossa relutância em considerar os argumentos morais e espirituais, nesse movimento de adoção da lógica de mercado, veio a cobrar um preço alto: privou o discurso público de energia moral e cívica, e contribuiu para a política tecnocrática e gerencial que hoje aflige muitas sociedades.

Um debate sobre o limite moral do mercado nos permitiria decidir, como sociedade, em que circunstâncias os mercados atendem ao bem público e quais aquelas em que eles são intrusos. Também contribuiria para revisar a política e abrir espaço para ideais concorrentes na arena pública. Pois de que outra maneira poderia ter curso esse tipo de debate? Caso você concorde que a compra e a venda de certos bens os corrompem ou degradam, será forçosamente porque acredita que certas maneiras de lhes atribuir valor são mais adequadas do que outras. Não faria sentido



falar da corrupção de determinada atividade — a criação de filhos, por exemplo, ou a cidadania — se não acreditarmos que certas maneiras de ser um pai ou um cidadão são melhores do que outras.

São avaliações morais dessa natureza que estão por trás das poucas limitações ao mercado que ainda podemos constatar. Não permitimos que os pais vendam os filhos ou que os cidadãos vendam os votos. E um dos motivos disso, para ser franco, comporta nada mais nada menos do que um julgamento moral: acreditamos que vender essas coisas significa uma maneira errada de lhes atribuir valor, cultivando atitudes negativas.

A análise dos limites morais do mercado torna inevitáveis tais questões. Ela requer que pensemos juntos, em público, como atribuir valor aos bens sociais que prezamos. Seria absurdo esperar que um discurso público de maior robustez moral fosse capaz de levar, mesmo nas melhores condições, a algum consenso em torno de cada questão polêmica. Mas certamente teríamos aí uma vida pública mais saudável. E estaríamos mais conscientes do preço que pagamos por viver numa sociedade em que tudo está à venda.

Ao pensar na moralidade do mercado, pensamos antes de mais nada nos bancos de Wall Street e seus impudentes desmandos, em *hedge funds*, operações de salvamento financeiro e reforma normativa. Mas o desafio moral e político que hoje enfrentamos é mais capilarizado e mais prosaico: repensar o papel e o alcance do mercado em nossas práticas sociais, nas relações humanas e na vida cotidiana.

## 1. Furando a fila

Ninguém gosta de esperar numa fila. Às vezes é até possível pagar para furá-la. Há muito se sabe que nos restaurantes da moda uma bela gorjeta ao *maitre* pode abrir caminho numa noite muito concorrida. Essas gorjetas são quase formas de suborno, passadas discretamente. Não há nenhum cartaz que avise da disponibilidade imediata de uma mesa para quem se dispuser a molhar a mão da recepcionista com uma nota de US\$ 50. Nos últimos anos, contudo, a venda do direito de furar fila saltou para a luz do dia e tornou-se uma prática habitual.

### ... Pista livre

As longas filas nos pontos de verificação de segurança dos aeroportos transformam uma viagem numa provação. Os que compram passagens de primeira classe ou classe executiva podem usar corredores prioritários para pular à frente da fila de checagem. A British Airways dá a esse sistema o nome de *Fast Track*, ou Pista Livre, serviço que também permite aos passageiros mais abonados furar a fila nos controles de passaportes e imigração.<sup>1</sup>

Mas a maioria das pessoas não pode voar de primeira classe e, assim, as empresas de aviação começaram a oferecer aos passageiros a opor-