

PROMESSAS DE CAMPANHA: ESPETACULARIZAÇÃO DA QUESTÃO SOCIAL NA ELEIÇÃO PRESIDENCIAL BRASILEIRA DE 2010

*Vanderlei de Castro Ezequiel**

Faculdade Cásper Líbero

✉vander.ce@gmail.com

Recibido: marzo de 2012

Aprobado: noviembre de 2012

Resumo: Durante as campanhas eleitorais o debate sobre a pobreza invade a grande imprensa por meio do discurso dos candidatos e desenvolve um papel ideológico claramente funcional à conservação da sociedade atual. Este debate, contrariando as promessas dos candidatos, promove a reversão dos direitos do cidadão por serviços e políticas sociais e assistenciais universais, transformando o dever do Estado em dádiva dos governantes. A espetacularização das promessas eleitorais aprofunda o processo de manipulação do indivíduo e precariza a noção de cidadania.

Palavras-chaves: eleição, espetáculo, cidadania, questão social

Resumen: Durante la campaña, el debate sobre la pobreza domina los medios de comunicación a través del discurso de los candidatos y desarrolla un papel ideológico claramente funcional a la preservación de la sociedad. Este debate, en contra de las promesas de los candidatos, promueve la reversión de los derechos civiles y políticas sociales para los servicios y la atención de salud universal, por lo que el deber del Estado el regalo de los

* Licenciado en Matemática, Especialista en Teorías y Técnicas de Comunicación y Magíster en Comunicación por la Faculdade Cásper Líbero (São Paulo). Se desempeña como investigador del Grupo de Estudos Comunicação na Sociedade do Espetáculo vinculado al Posgrado de la Faculdade Cásper Líbero.

gobernantes. El espectáculo de las elecciones se compromete a profundizar el proceso de manipulación de la persona y socava la noción de ciudadanía

Palabras clave: elecciones, espectáculo, ciudadanía, cuestión social

I. Introdução

No período eleitoral, candidatos e partidos políticos investem em elementos de diferenciação no enfrentamento da concorrência cada vez mais acirrada pelo voto. A principal estratégia é desenvolver uma imagem positiva do candidato e do partido junto à população, utilizando um discurso de defesa de causas sociais, especialmente o combate à pobreza, fome e miséria. Ferramentas da publicidade e propaganda são empregadas para construir e fortalecer a imagem do candidato, tratando-o como produto que necessita despertar empatia nos eleitores-consumidores.

Em seus discursos, os candidatos prometem “cuidar” das necessidades da população carente, numa atitude que esvazia a noção política da cidadania: a responsabilidade do indivíduo pelo destino da sociedade em que vive. As consequências são drásticas para a sociedade, pois impõem um retrocesso na forma e conteúdo das lutas sociais por direitos, além de aumentar o processo de despolitização.

A dinâmica eleitoral brasileira favorece o estabelecimento de relações clientelistas nas quais não são reconhecidos os direitos dos subalternizados – tratados como inferiores, limitados, não interlocutores. Deles espera-se apenas lealdade na hora do voto. De acordo com Maria Carmelita Yazbek, este é “padrão arcaico de relações que fragmenta e desorganiza os subalternos aos apresentar como favor ou como vantagem aquilo que é direito” (Yazbek 1993, 41). É uma forma de dominação que cria laços de dependência de âmbito pessoal. Contrapondo-se às relações sociais anônimas e contratuais da burocracia – ideais por se fundarem em direitos – ou mercantilistas dos mercados capitalistas, as ações sociais prometidas

pelos candidatos, estabelecem um envolvimento pessoal baseado em valores e representações, tais como lealdade, fidelidade e reciprocidade.

Quando promete, se eleito, combater a pobreza e suas mazelas o candidato almeja ser reconhecido como benfeitor e, em contrapartida, garantir o compromisso dos “ajudados”, que na impossibilidade de retribuir – de pagarem o que devem – assumem uma dívida moral, neste caso, resgatada com o voto. A lógica desse discurso é simples: embora seja tratada como minoria na fala de alguns candidatos, a população de baixa renda⁶² representa significativa parcela da sociedade brasileira – conseqüentemente, de eleitores –, sendo muito sensível às promessas de ajuda e melhoria das condições de vida.

A discussão de fundo é que, apesar da “questão social”⁶³ – pobreza é apenas uma de suas seqüelas – estar presente nas promessas dos candidatos, não há espaço no debate eleitoral para um aprofundamento do tema. Conseqüentemente, não há possibilidade de sua transformação em questão política, condição básica para a existência da crítica e o dissenso organizado dos excluídos, que poderiam, assim, instalar novas demandas por direitos. Perpetuam-se, dessa forma, as condições para existência da não-cidadania que, segundo Vera da Silva Telles, é o lugar no qual “a pobreza vira ‘carência’, a justiça se transforma em caridade e os direitos em ajuda, a que o indivíduo tem acesso não por sua condição de cidadania, mas pela prova de que dela está excluído” (Telles 1999, 95).

Entender a cidadania como “direito a ter direitos” abre espaço para a crítica da dinâmica social que reproduz a intensa desigualdade no Brasil. Neste sentido, Rubim (2003) entende que, sem a superação da concentração de renda e desigualdade social “fica difícil imaginar que possa se ter no país uma realização ampla e satisfatória da cidadania” (Rubim 2003, 105).

⁶² De acordo com a síntese de indicadores (tabela 3.2 – página 76) da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – PNAD 2007, 19,4% dos domicílios particulares urbanos possuem rendimento mensal domiciliar *per capitã* inferior a meio salário mínimo.

⁶³ Importante esclarecer que o termo “questão social” é aqui empregado para se referir a uma questão estrutural, fundante (momento em que a pobreza e a miséria tornam-se uma “questão” e começam a afetar o equilíbrio social, quando “questionam” o conjunto da sociedade). Por “questões sociais” entende-se as múltiplas manifestações, o conjunto de seqüelas da “questão social”.

Este trabalho não analisará mensagens desse ou daquele candidato, pois o discurso de ajuda aos pobres e combate à miséria está presente em quase todas as campanhas eleitorais, sendo elemento obrigatório na fala dos candidatos a cargos majoritários. As promessas dos candidatos aqui apresentadas devem ser entendidas como exemplos de nossa cultura política – ainda permeada por traços de autoritarismo e clientelismo –, servindo de estímulo para a discussão sobre a espetacularização das “questões sociais” nas campanhas eleitorais.

Iniciaremos o trabalho com algumas frases contendo promessas dos candidatos que disputaram o segundo turno à Presidência da República em 2010, publicadas em jornais de grande circulação no Brasil. Apresentaremos, em seguida, esclarecimentos sobre a origem das “questões sociais” e atualidade de suas seqüelas. Para uma análise crítica das promessas de ajuda aos pobres, utilizadas em campanhas eleitorais, recorreremos às teses do pensador francês Guy Debord, expressas em sua obra: *A Sociedade do Espetáculo*. As conseqüências desse discurso de ajuda aos pobres, a chamada “ideologia do bem”, e sua relação com a precarização da noção de cidadania finalizam o trabalho.

II. Promessas de campanha⁶⁴

A campanha eleitoral para Presidente da República, no Brasil, começa meses antes do pleito. Entretanto, somente com o início do horário eleitoral “gratuito” no rádio e na televisão a eleição ganha as manchetes dos jornais e passa a fazer parte da agenda dos veículos de comunicação. Na reta final, os candidatos investem na consolidação de sua imagem junto à população, cada palavra, cada gesto é cuidadosamente planejado para não comprometer sua candidatura. Nesse período, a chamada grande imprensa intensifica a cobertura da eleição, noticiando, principalmente, a campanha dos candidatos aos cargos majoritários. Publicam cadernos e matérias especiais com perfil dos candidatos, destacando história de vida, discursos, comícios e promessas.

⁶⁴ Toda a informação jornalística citada nesta seção pode ser encontrada na lista de fontes.

Um mês após o início da transmissão do horário eleitoral no rádio e TV, em 17 de setembro de 2010, o jornal O Estado de São Paulo – OESP – publicou uma matéria especial da cobertura dos programas exibidos na TV pelos candidatos a Presidência da República melhor colocados nas sondagens de intenção de voto. Entre outros assuntos, a matéria destacou algumas frases contendo promessas dos candidatos. Transcrevemos apenas as frases dos dois candidatos que disputaram o segundo turno:

a) Dilma Rousseff: “O nosso projeto é do tamanho do Brasil. Um país que ainda tem muitas desigualdades, mas que tem também um enorme potencial”; “Quero fazer com cuidado de mãe o que precisa ser feito. Esse é o meu sonho e com o seu apoio se que vou realizá-lo”.

b) José Serra: “O Brasil precisa de duas coisas: mais empregos e nunca deixar de olhar para as famílias mais pobres”; “Eu vou dizer: para mim, obra não vale pelo cimento, concreto, tijolo. Para mim, o que vale é se a obra vai gerar emprego pro trabalhador e melhorar a vida de quem mais precisa”.

Do mesmo jornal destacamos manchetes referentes aos dois candidatos: “Lula vai apresentar Dilma na TV como ‘mãe’ dos pobres” — publicado em 17 de agosto de 2010 no Caderno de Política; “Serra propõe 13º. a beneficiados pelo Bolsa Família” — publicado em 21 de setembro de 2010 no Caderno de Política.

Durante o primeiro debate eleitoral da corrida presidencial na TV – realizado dia 05 de agosto de 2010 pela Rede Bandeirantes –, os dois principais candidatos aproveitaram para fazer promessas de ajuda aos pobres. O jornal Zero Hora publicou algumas das promessas para área da saúde: a) Dilma Rousseff: “As Unidades de Pronto Atendimento (UPAs) 24 horas, irei expandir, irei criar 500 UPAS”; b) José Serra: “Vamos acelerar a saúde [...] encurtando o tempo de espera das consultas e dos exames, fazendo mais de 150 centros de especialidades”.

Embora haja muito descrédito da população em relação aos políticos brasileiros, as promessas eleitorais são fundamentais para o eleitor apreender as propostas e fazer sua escolha. Para auxiliar o eleitor a avaliar os compromissos assumidos pelos candidatos na eleição de 2010, principalmente os que concorreram a cargos majoritários, vários jornais brasileiros criaram mecanismos denominados “promessômetros”: espaço nos seus cadernos impressos, ou nos sítios eletrônicos, para registrar e avaliar as promessas dos candidatos.

Nas eleições de 2010, o portal Folha Online, do jornal Folha de São Paulo inaugurou dois novos recursos para seu caderno de política: apelidados “Mentirômetro” e “Promessômetro”. Foram criadas páginas no portal eletrônico, utilizadas para publicar e analisar as informações e declarações de campanha dos principais candidatos à Presidência da República. Além de apontar a promessas dos candidatos, o jornal também consultou especialistas sobre a viabilidade e possível eficácia de compromissos assumidos pelos presidenciáveis, e publicou as análises.

O jornal Zero Hora do grupo RBS, afiliado da Rede Globo, também criou em seu sítio eletrônico um espaço denominado promessômetro, local onde estão registradas as promessas dos candidatos a Governador e a Presidente da República. Um banco de dados contendo promessas foi criado para armazenar as propostas dos candidatos, permitindo ao leitor pesquisar, comparar e depois cobrar as promessas.

Já o jornal O Globo preferiu disponibilizar um canal em seu sítio eletrônico para que os leitores votassem a aprovação ou a rejeição das promessas assumidas pelos principais candidatos à Presidência da República em entrevistas, programas de TV e discursos. O leitor também obteve placar das votações, visualizando a porcentagem de aceitação ou reprovação das promessas dos candidatos entre os leitores participantes. Além disso, foi disponibilizada reportagem na qual as promessas foram avaliadas por especialistas nos temas abordados.

III. Personagem político

Existem diversas maneiras de o candidato populista agradar o eleitor, sendo a maioria delas permeada por promessas de ajuda. Parcelas consideráveis da população são aliciadas: uma promessa aqui, outra ali, segundo as necessidades momentâneas e peculiaridades da localidade ou de seus habitantes, comove e atrai a simpatia de multidões. Mais que simples recurso para angariar votos,

[o] populismo é também distorção quando oferece resposta aos primeiros instintos, fruto da dependência a um senso comum pré-fabricado e não aos segundos instintos, fruto de uma tomada de posição individual como ser genérico isto é, diante do mundo que nos move, mas que também

desejamos mover. Com isso, o populismo paralisa a ampliação da consciência possível, reforçando a emotividade desviada (Santos 2007, 95-96).

De acordo com Schwartzberg (1977), ao investir na construção de sua imagem perante a opinião pública, os políticos utilizam métodos que possibilitam uma tipologia bastante variada. O autor, entretanto, destaca quatro tipos: a) Herói: método no qual o ator político se apresenta como um ídolo, pessoa com extrema bondade, capaz de façanhas extraordinárias, vitorioso, desperta admiração e impõe respeito; b) Líder charmoso: embora se aproxime do povo com sua simpatia, exhibe ar de autoridade, superioridade em relação aos demais; c) Tipo igual a todo mundo: para se aproximar do cidadão, o ator político encarna o personagem de homem comum, agindo com humildade e ar de normalidade quando em comunidades humildes; e d) Nosso Pai: nesse papel, o ator político é o defensor dos fracos e humildes, chamado de “pai do povo”, apresenta-se como líder populista disponível para ajudar os pobres, outras vezes como sábio capaz de conduzir o povo a um futuro melhor.

Impulsionada pelas promessas dos candidatos, veiculadas intensamente nos meios de comunicação durante as campanhas eleitorais, a ideia de ajuda aos pobres estimula no indivíduo a ligação aos valores altruístas e de benemerência, essenciais à coesão social. A aparência de benfeitor dos candidatos tem um efeito positivo junto aos eleitores, além de reforçar a ideologia política e econômica dominante. Por isso esse discurso tende a ser contínuo e sem contestação na grande mídia. Não importa o que está fazendo ou de que forma está “ajudando” a população carente. Muito mais que auxílio concreto e real aos necessitados, a grande preocupação é conseguir fixar na mente dos eleitores o número do partido e a imagem do candidato.

A imagem do político está associada a atitudes de personagem – representado com maestria durante as eleições – e à construção de máscaras políticas. *Slogans*, *jingles* e logomarcas utilizados nas campanhas eleitorais colaboram na formatação do personagem político e auxiliam os cidadãos a identificar os candidatos como produtos. Para Freitas, a imagem política “é sempre e simultaneamente uma construção e uma representação em que os

atores políticos desempenham um papel face aos seus potenciais eleitores e demais políticos”. (Freitas 2009, 178).

A prevalência do discurso de ajuda aos pobres nas campanhas eleitorais dificulta a existência de uma consciência crítica, transforma as demandas sociais em impulsos para o consumo de um candidato/partido e reduz o cidadão à simples condição de consumidor/eleitor passivo. Entretanto, como afirma Milton Santos (2007) o consumidor não é o cidadão, assim como o eleitor não é o cidadão, pois “o papel desse eleitor não-cidadão se esgota no momento do voto” (Santos 2007, 57).

IV. “Questão social”: origem e atualidade

No Brasil, a noção de pobreza é ampla e ambígua, além de supor gradações. A pluralidade de situações que comporta desafia pesquisadores e sociólogos e estimula a apreensão de uma concepção relativa. De maneira geral, a pobreza é medida com auxílio de indicadores de renda – tendo por base o salário mínimo –, condição de emprego e usufruto de recursos sociais que interferem na determinação do padrão de vida: moradia, saúde, educação, transporte, entre outros. Mesmo possuindo critérios heterogêneos, marcados por uma visão economicista, existe um consenso de que pobres são aqueles que não têm acesso a um mínimo de bens e recursos, seja em situação permanente ou temporária, sendo, por isso, considerados excluídos da riqueza socialmente produzida. Assim, pobres são os desempregados ou subempregados; os que estão incluídos nas faixas mais baixas de renda; aqueles que estão privados dos meios de prover a própria subsistência e que, por isso, não sobrevivem sem ajuda. Yazbek (1993) entende que a experiência da pobreza “é ainda a experiência da desqualificação dos pobres por suas crenças, seu modo de expressar-se e seu comportamento social, sinais das ‘qualidades negativas’ e indesejáveis que lhes são conferidas por sua procedência de classe” (Yazbek 1993, 62).

A ousadia de uma explicação contrária ao pensamento dominante, a busca da totalidade e a proposta de conhecimento das causas das “questões sociais” são elementos cruciais para uma reflexão histórica conseqüente, em oposição à visão otimista, mistificadora do presente e de pouca consistência teórica que permeia o debate eleitoral. É preciso analisar a “questão social”

como “uma questão política, econômica, social e ideológica que remete a uma determinada correlação de forças entre diferentes classes e setores de classes, inserida no contexto mais amplo do movimento social de luta pela hegemonia” (Pastorini 2004, 99).

Embora se admita que existam diversas versões da “questão social” nos diferentes momentos do desenvolvimento da sociedade capitalista e, com isso, diferentes repostas dadas a ela por parte da sociedade ao longo da história, o móvel principal da preocupação das classes dominantes e dos governos sempre foi a busca da estabilidade e a manutenção da ordem estabelecida.

Por isso, a tentativa de entender a problemática vivida hoje no heterogêneo mundo capitalista sem fazer referência à relação capital e trabalho, isto é, sem mencionar os indivíduos como sujeitos envolvidos nessa disputa e às desigualdades sociais que dela decorrem, deixa as seqüelas da “questão social” na sociedade contemporânea reduzidas a expressões de uma crise do vínculo social, cujas manifestações devem ser enfrentadas com políticas sociais direcionadas aos setores “mais necessitados”⁶⁵.

De modo geral podemos dizer que a expressão “questão social” começou a ser utilizada na terceira década do século XIX, e surgiu como consequência dos impactos causados pela primeira onda industrializante na Europa Ocidental. Assim, podemos entender que a “questão social” é um conjunto de problemáticas sociais, políticas e econômicas gerado pelo surgimento da classe operária dentro da sociedade capitalista. Vale ressaltar que sua origem, ligada ao continente europeu, refere-se ao processo de desenvolvimento do próprio capitalismo. Para Alejandra Pastorini a “questão social” na sociedade capitalista:

[...] tem sua gênese nos problemas sociais a serem resolvidos nas diferentes formações sociais pré-capitalistas, mas sua origem data da

⁶⁵ Designações tais como inadaptados, marginais, incapazes, problematizados, dependentes, alvos de ações promocionais e outras tantas constituem expressão de relações socialmente codificadas e marcadas por esteriótipos que configuram o “olhar” sobre as classes subalternas do ponto de vista de outras classes e, ao mesmo tempo, definem as posições que os subalternos podem ter na sociedade (Yazbek 1993, 75).

segunda metade do século XIX, quando a classe operária faz sua aparição no cenário político na Europa Ocidental; em definitivo quando a “questão social” torna-se uma questão eminentemente política. Por isso afirmamos que a “questão social” que tem sua raiz na sociedade capitalista deve ser pensada como parte constitutiva dessa sociedade que no diferentes estágios produz distintas manifestações (2004, 103).

Com a intensificação da exploração do trabalho pelo capital, os trabalhadores passam a manifestar seu descontentamento por via da mobilização, iniciada com o movimento operário de reivindicação de direitos, pressionando o empresariado e o Estado, constituindo-se em uma ameaça real à ordem estabelecida. Esse movimento não se passa sem uma reação por parte da classe dominante como afirma Alejandra Pastorini: “...por outro lado e ao mesmo tempo, se faz presente a intervenção inibidora da burguesia, que buscou impedir o acesso igualitário das classes trabalhadoras ao processo de socialização da política, da riqueza, etc” (2004, 105).

Os pesquisadores vinculados ao projeto de investigação do Centro de Estudos Latino-americano de Trabalho Social, Marilda Iamamoto e Raul Carvalho, entendem que:

A “questão social” não é senão as expressões do processo de formação e desenvolvimento da classe operária e de seu ingresso no cenário político da sociedade, exigindo seu reconhecimento como classe por parte do empresariado e do Estado. É a manifestação, no cotidiano da vida social, da contradição entre o proletariado e a burguesia, a qual passa a exigir outros tipos de intervenção, mais além da caridade e repressão. (Iamamoto & Carvalho 1981, 77)

Diante da incapacidade de garantir o direito ao trabalho, a burguesia procurou uma estratégia que pudesse anular a pressão exercida pela classe trabalhadora. Inicia-se, então, a intervenção de uma instituição aparentemente neutra, mas com poderes de “vigiar” o social. A partir daí, o Estado começou a interferir na relação capital-trabalho, almejando cobrir os riscos que têm conseqüências negativas para o interesse do capital, travestindo sua atuação como “uma preocupação com o interesse coletivo”.

Com isso, as manifestações da “questão social” (fome, doença, miséria, desemprego) consideradas como males incuráveis são entendidas como passíveis de serem amenizadas com a intervenção estatal. Para a socióloga Vera da Silva Telles:

Discutir a “questão social” significa um modo de problematizar alguns dos dilemas cruciais do cenário contemporâneo: a crise dos modelos conhecidos como de Welfare State (modelo nunca realizado no Brasil, é bom dizer), que reabre o problema da justiça social, redefine o papel do Estado e o sentido mesmo da responsabilidade pública. (Telles 1999, 115)

Assim, a caracterização da “questão social” surgida na Europa no século XIX não ocorreu à revelia, mas baseada em necessidades sociais associadas à pauperização crescente da classe trabalhadora – determinada pela tendência capitalista de aumentar a taxa de exploração do trabalho. E foi a busca de soluções para essas necessidades sociais – devidamente problematizadas por atores conscientes da situação de exploração da classe trabalhadora – que, juntamente com o poder de pressão das emergentes associações de trabalhadores (início dos sindicatos), propiciou a passagem do problema da pobreza (anteriormente considerada natural) em explosiva “questão social”.

Percebe-se, como afirma Mestriner, que o Estado brasileiro ao estabelecer formas de intervir na “questão social”, buscou sempre remediar seus efeitos de forma paliativa, “operando por meio de práticas integrativas e de ajustamento, restritivas ao protagonismo das classes populares e impeditivas de mudanças sociais expressivas” (2001, 290).

Dessa forma, governo e sociedade vendem uma imagem legal que não se concretiza: avançam com um discurso que não é operacionalizado. Reconhecem na retórica a cidadania, mas não a instituem em fatos e conseqüências. Nem a sociedade incorpora esta consciência de cidadania, nem o Estado a convalida, permanecendo somente na legislação, como uma pseudocidadania (Mestriner 2001, 33).

Nesse contexto, as desigualdades sociais não são reduzidas; ao contrário, se agravam. Vários itens da “questão social” atravessaram a história do Brasil: a luta pela terra, o direito de greve, as garantias de emprego, o acesso à saúde, educação, alimentação e habitação, as reivindicações do

movimento negro, o problema indígena. Muitos outros itens aparecem em diversos momentos, revelando uma história que pode ser sintetizada nos seguintes termos: “questão social”, problema de polícia, problema político, direitos.

V. Espetacularização da “ajuda”

Publicado em 1967, o livro *Sociedade do Espetáculo*, do pensador francês Guy Debord, denunciava a tirania das imagens e a submissão alienante ao império da mídia. Para ele, os profissionais do espetáculo tinham passado a organizar de maneira consciente e sistemática o império da passividade moderna. Os fundamentos da crítica de Debord são a vida cotidiana e a generalização do fetichismo da mercadoria, que invadiu todos os espaços da vida em sociedade. A mercantilização de tudo produz o espetáculo ininterrupto. Nele, o tempo, o espaço, o lazer, a comunicação, a cultura e tudo o mais é perpassado pela alienação. Para Debord, “[o] espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens” (1967, 14).

No plano das técnicas, a imagem “construída” pode se tornar a principal ligação do indivíduo com o mundo real, que ele vivenciava por si mesmo, interagindo com as situações que defrontava em qualquer lugar que pudesse ir. Na sociedade espetacular não há mais espaço para vivermos nossas próprias experiências, são os modelos que vivem em nosso lugar: “tudo o que era vivido diretamente torna-se uma representação” (Debord 1967, 13). As relações humanas são perpassadas pela lógica mercantil, e as pessoas são imersas em imagens que remetem unicamente às mercadorias. O consumo se apresenta como resposta ao vazio, ao não-lugar em que as pessoas aprisionadas pelo espetáculo são remetidas. Isso confere à imagem o poder de sustentar qualquer argumentação que se pretende impor, pois no plano da imagem é possível conectar as contradições do mundo, que jamais se reconciliariam na vida real.

O frenético fluxo de imagens produzido e continuamente repetido pelos meios de comunicação se encarrega de inverter, na mente dos indivíduos, o vivido pela imagem. Esse ritmo acelerado faz com que tudo se manifeste como perpétua surpresa arbitrária, deixando pouco ou nenhum tempo para

a reflexão. Sem refletir, o indivíduo torna-se “espectador da vida”, não consegue pensar ou entender sobre seus atos. Uma submissão real obtida sem o uso da força repressiva, e que está na raiz psicológica da adesão unânime (consensual) ao mundo que se virtualiza.

Esse é o discurso espetacular faz calar a sociedade e torna secreto tudo o que não convém. O que as campanhas eleitorais mostram vem sempre isolado do ambiente real e do passado das coisas – não convém discutir a origem, nem como a miséria se perpetua – também não são declaradas as intenções, e menos ainda as conseqüências reais da ajuda prometida pelos candidatos.

Nesse contexto, não devemos esquecer que a mídia brasileira possui uma parcela de responsabilidade nada desprezível na construção de narrativas que “explicam” os fatos do mundo e a transformação da sociedade e, portanto, na elaboração de percepções e consensos sobre a pobreza. O olhar propagado pela mídia nada tem em comum com a experiência própria do indivíduo, pois exhibe um mundo ideal enquanto oblitera referenciais de espaço e tempo, essenciais à percepção do homem como ser histórico. A lógica espetacular absorve e comanda a organização e a disposição dos conteúdos exibidos pela mídia, servindo de instrumento de pacificação e despolitização da população.

A consciência espectadora dos indivíduos tornou-se prisioneira de um universo achatado, limitado pelo espetáculo, pela produção midiática que absorve sua própria vida cotidiana. Na sociedade do espetáculo, tudo o que poderia ser objeto de contestação e crítica ao sistema, se transforma em imagens que entretêm (unilateralmente) a própria sociedade.

As políticas sociais prometidas pelos candidatos, no geral, não prevêm a auto-sustentação das populações auxiliadas. Isto porque escondem o efeito colateral do assistencialismo: a desmobilização. Como afirma Demo, “[p]roduz-se assim uma política social que garante pretender acabar com a miséria, mas sem a participação do miserável, que continua apenas objeto de políticas” (Demo 2001, 75).

Distribuir migalhas é necessário em termos de legitimação política, mas nunca foi ataque válido à pobreza majoritária da população. O tratamento conjuntural somente traz soluções conjunturais. Não é viável imaginar a superação da pobreza sem a participação produtiva do pobre, além da política (Demo 2001, 86).

Utilizadas para angariar votos, as promessas eleitorais aprofundam o processo de precarização da noção de cidadania, transformando o conjunto da sociedade em platéia, e não cidadãos dotados de direitos políticos, sociais, econômicos e culturais. Assim, os indivíduos se distanciam de suas responsabilidades com a vida real, submergindo no mundo da fantasia, irreal. Para Debord (1967), a sujeição e a negação da vida real, além do empobrecimento das relações sociais são a essência de todo sistema ideológico que se manifesta por meio da espetacularização das coisas, da separação e do afastamento entre as pessoas. Contrariamente, o sujeito pleno de suas capacidades só pode emergir da sociedade, isto é, da disputa que existe em seu interior. A existência do indivíduo-cidadão depende dos resultados dessa disputa, também reconhecida como luta de classes.

Dessa forma, a sociedade civil – no sentido gramsciano do termo – tem seu protagonismo esvaziado, sua fala roubada e a re-significação de suas demandas. A espetacularização da miséria transforma-se, em última instância, em “embalagem” de candidatos populistas, e o discurso sobre direitos e cidadania presente nas promessas de campanha equivale ao canto da sereia, ou seja, não é mais que ilusão, engodo, utilizando a mais profunda esperança para atrair e, em seguida, trair.

VI. Cidadania precarizada

Cidadania representa igualdade jurídica na sociedade e fundamenta-se no princípio de que as pessoas são iguais perante a lei, não podendo existir sem garantia de direitos⁶⁶ e sem Estado. O direito à cidadania nasce historicamente na sociedade, como reflexo das necessidades da maioria: trabalhadores, miseráveis, despossuídos. Neste sentido, consiste em instrumento criado para compensar a desigualdade social. Na história dos povos, os direitos de cidadania nunca foram uma dádiva dos governantes. As demandas dos pobres, dos trabalhadores só se transformam em leis, em

⁶⁶ “Em teoria, direitos são devidos incondicionalmente. Na prática, necessitam ser conquistados. Porquanto, se não forem conquistados, não se realiza algo que é o cerne da cidadania, a saber, a capacidade de construir com iniciativa própria seu espaço” (Demo 2001, 96).

direitos sociais⁶⁷, quando conquistados e impostos pela vontade das maiorias. Ao longo de mais de dois séculos, as camadas subalternas da sociedade reivindicam seus direitos e têm conseguido êxito (não sem muita luta) com alguns deles. Infelizmente, a maioria dos indivíduos tende a pensar a cidadania apenas como direitos a receber, esquecendo que elas próprias podem (e devem) ser agentes da existência desses direitos.

Embora o termo cidadão signifique ter direitos e deveres, na maioria das vezes o vemos empregado para designar apenas os direitos. Ser cidadão também implica em deveres, principalmente o de ser o próprio fomentador da existência dos direitos de todos, ter responsabilidade em conjunto pela coletividade onde vive, cumprir as normas estabelecidas coletivamente, fazer parte, direta ou indiretamente do governo e pressioná-lo por meio dos movimentos sociais.

As promessas de “ajuda” reforçam o sentimento de carência do indivíduo e retira sua capacidade de criar condições para sua própria libertação. Tratado como mero receptor de donativos, se acostuma com a miséria “assistida” – aquela que se comporta e não gera conflitos sociais – sendo premiado com cestas básicas no final do mês. Dessa forma, o indivíduo abre mão de seu destino e deixa de ser sujeito daquilo que pode conquistar. Como afirma Demo:

É politicamente pobre aquela sociedade tão debilmente organizada, que não passa de massa de manobra nas mãos do Estado e das oligarquias, e que, por isso, não consegue construir representatividade legítima satisfatória em seus processos eleitorais com líderes excessivamente carismáticos ou caudilhescos, com serviço público marcado pela burocratização, pelo privilégio e pela corrupção. (Demo 2001, 22)

Gratidão ao Estado assistencialista e apreço à autoridade são traços específicos de uma cultura que se consolida à sombra do abuso de poder e manutenção de privilégios. Somente quando são considerados uma

⁶⁷ Sabe-se que os direitos sociais dizem respeito ao atendimento das necessidades humanas básicas: alimentação, saúde, habitação, etc. Existem para garantir as condições físicas do trabalhador, e se expressam no direito ao trabalho, a um salário decente e ao que se denomina salário social, relativo ao direito à saúde, educação, habitação, etc.

concessão dos que têm poder, os direitos podem ser usurpados sem contestação.

Em contrapartida, homem político é aquele que tem consciência histórica, sabe as causas dos problemas enfrentados e busca soluções, não aceitando ser simples objeto de “ações sociais”. Aquele que quer comandar seu próprio destino e luta pelo estabelecimento de direitos e garantias para suas necessidades. Exerce cidadania organizada, ativa, que coloca o cidadão como figura principal da vida democrática, sendo antídoto à cultura do “vitimismo” e do clientelismo político. Porém, sabemos que a maior parte dos direitos sociais ainda está no papel, e por mais que falamos deles, dificilmente conseguimos usufruí-los. Mesmo declarados na Constituição Federal do Brasil, eles são direitos que não trazem consigo obrigações categóricas capazes de se fazer cumprir. São direitos “em sentido fraco”, segundo Norberto Bobbio. Quanto a isso, Milton Santos adverte que,

A luta pela cidadania não se esgota na confecção de uma lei ou da Constituição porque a lei é apenas uma concreção, um momento finito de um debate filosófico sempre inacabado. Assim como o indivíduo deve estar sempre vigiando a si mesmo para não se enredar pela alienação circundante, assim o cidadão, a partir das conquistas obtidas, tem de permanecer alerta para garantir e ampliar sua cidadania. (Santos 2007, 105)

Um direito cujo reconhecimento e efetiva aplicação podem ser adiados, ou confiados à vontade dos sujeitos, ficando apenas como uma obrigação moral ou, no máximo, promessa política, não pode ser realmente chamado de direito. Como afirma Telles, “na ótica da cidadania, pobre e pobreza não existem. O que existe, isso sim, são indivíduos e grupos sociais em situações particulares de denegação de direitos” (Telles 1999, 129).

VII. Conclusão

As promessas eleitorais espetacularizadas na grande imprensa aprofundam o processo de manipulação do indivíduo e a precarização da noção de cidadania, persistindo a antiga (e ainda eficaz) demagogia política que se aproveita da miséria para criar uma imagem de benfeitor: “o vereador

fulano de tal é bom e merece ser reeleito, pois distribui remédios e dá alimento aos pobres”. Valendo-se da melhor farsa, aquela que se traveste de participação e conquista popular, o poder distribui assistências, porque, mesmo não investindo na resolução dos problemas, aparenta preocupar-se em amenizá-los, em outras palavras: faz políticas sociais, porque desmobiliza.

O discurso de ajuda, contrariando as promessas dos candidatos, promove a reversão dos direitos do cidadão por serviços e políticas sociais e assistenciais universais – não contratualistas e de qualidade desenvolvidas pelo Estado e financiadas num sistema de solidariedade universal compulsória –, transformando o dever do Estado em dívida dos governantes.

Na esfera do poder, pobre aparece como massa de manobra, matéria de dominação. Com isso, a alienação – resultado da discriminação e indiferença dos políticos e tecnocratas do Estado – perpetua a fome, degradação e subserviência do cidadão. Um problema premente para a população subalternizada, que enfrenta diariamente as seqüelas da “questão social”, é encontrar meios para transformar expectativas de direitos sociais em direitos efetivos e, principalmente, impedir que direitos já conquistados regridam ou sejam extintos. Espetacularização da política, alienação e falta de consciência dos próprios direitos são fatores que impedem qualquer projeto de superação da pobreza.

O mais importante nesse momento é rever as estruturas que propiciam o aumento/manutenção da miséria, superando as promessas de campanha que não se concretizam. Introduzir correções aos desumanos efeitos do processo de exploração capitalista deveria ser o objetivo dos governantes eleitos, porém, sem ações efetivas de combate isso não se realiza, e as promessas de campanha continuam sendo promessas nas próximas eleições, numa reedição sem fim.

Referências

- Debord, Guy. 1967. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto.
- Demo, Pedro. 2001. *Pobreza política*. 6ª ed. Campinas: Autores Associados.

- Ezequiel, Vanderlei de Castro. 2005. *A mercantilização das “questões sociais” e o espetáculo da ajuda*. Dissertação de mestrado, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo.
- Freitas, Renata Suely de. 2009. “Identidade, imagem e ética na comunicação política”. *Revista de Ciências Humanas* 9 (2): 177-90.
- Iamamoto, Marilda e Carvalho, Raul de. 1981. *Relações sociais e Serviço Social no Brasil: esboço de uma interpretação histórica-metodológica*. São Paulo: Cortez.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 2007. *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios*. http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/indicadoresminimos/sinteseindicisociais2008/indic_sociais2008.pdf
- Marcondes Filho, Ciro. 1985. *Ideologia*. São Paulo: Global.
- Mestriner, Maria Luiza. 2001. *O Estado entre a Filantropia e a assistência Social*. São Paulo: Cortez.
- Pastorini, Alejandra. 2004. *A categoria “questão social” em debate*. São Paulo: Cortez.
- Rubim, Antonio Albino Canelas. 2003. “Cidadania, comunicação e cultura”. Em *Comunicação para a cidadania*, editado por Cicília Peruzzo, Maria Krohling, Fernando Ferreira Almeida, 100-14. Salvador: UNEB.
- Santos, Milton. 2007. *O espaço do cidadão*. 7ª ed. São Paulo: Edusp.
- Schwartzberg, Roger-Gérard. 1977. *O estado espetáculo*. Rio de Janeiro/São Paulo: Difel.
- Telles, Vera da Silva. 1999. *Direitos sociais: afinal de que se trata?* Belo Horizonte: UFMG.
- Yazbek, Maria Carmelita. 1993. *Classes subalternas e assistência social*. São Paulo: Cortez.

Jornais

- Folha Online. 2010. *Mentirômetro*. http://www1.folha.uol.com.br/especial/2010/eleicoes/mentirometro-mais_recentes.shtml
- . 2010. *Promessômetro*. http://www1.folha.uol.com.br/especial/2010/eleicoes/promessometro-mais_recentes.shtml

- O Estado de São Paulo. 17/08/2010. <http://www.estadao.com.br/noticias/nacional,lula-vai-apresentar-dilma-na-tv-como-mae-dos-pobres,596194,0.htm>
- . 17/09/2010. <http://estadao.br.msn.com/ultimas-noticias/artigo.aspx?cp-documentid=25614644>
- . 21/09/2010. <http://www.estadao.com.br/noticias/nacional,serra-propoe-13-a-beneficiados-pelo-bolsa-familia,613174,0.htm>
- O Globo. 2010. *Promessômetro*. <http://oglobo.globo.com/pais/eleicoes2010/promessometro/>
- Zero Hora. 05/08/2010. <http://zerohora.clicrbs.com.br/pdf/8736396.pdf>
- . 2010. *Promessômetro*. <http://zerohora.clicrbs.com.br/zerohora/jsp/default.jsp?uf=1&local=1§ion=Pol%EDtica&newsID=a2998071.xml>