

A recepção do discurso “anti-vandalismo”

EURICO PEREIRA DE SOUZA*

Resumo

A finalidade deste artigo é fazer uma análise do discurso “anti-vandalismo”, profundamente propagado por diferentes agentes nas manifestações ocorridas em cidades brasileiras em junho de 2013. Elencam-se algumas hipóteses como resposta a tal fenômeno, e para isto propõe uma reflexão sobre as categorias – cidadão e consumidor – os impactos das tecnologias, em particular, as utilizadas pelo sistema bancário na vida dos consumidores, a percepção sobre propriedade pública e privada, e a visão, mais ampla, de outros “vândalos” atuantes na conjuntura internacional.

Palavras-chave: Anti-vandalismo; consumidor; cidadão.

Abstract

The purpose of this article is to analyze the "anti-vandalism" discourse deeply propagated by different actors in protests that occurred in various Brazilian cities during the month of June, 2013. Some hypothesis are listed in response to this phenomenon to propose a reflection on the categories – citizen and consumer – the impacts of technologies, in particular those used by the banking system on the lives of consumers, the perception of public and private property and a broader vision of other “vandals” that act in the international conjuncture.

Key words: Anti-vandalism; consumer; citizen.



* EURICO PEREIRA DE SOUZA é Mestre em filosofia pela PUC/SP e professor da Pró Adjunta de Ensino, curso de Pedagogia da Uniced.

As manifestações que agitaram dezenas de cidades no Brasil, ao longo de algumas semanas de junho de 2013, apresentaram conjunto de demandas sociais, políticas e econômicas que surpreenderam os mais distintos agentes sociais. Certamente, análises mais fecundas sobre o Movimento Passe Livre em São Paulo, seus congêneres em outros estados, e a diversidade de reivindicações expostas, serão elaboradas e debatidas ao longo dos próximos meses e anos devido a novidade dessas manifestações, como fenômeno inesperado pela elite e analistas políticos; inesperado para a mídia, total surpresa para os órgãos de segurança do Estado, e decorrente da diversidade de demandas, fenômeno difícil de ser “encaixado” em explicações e teorizações simples.

Várias questões a serem refletidas, e assim, compreendidas, despontaram dos confrontos entre manifestantes e forças de segurança: o fato da organização se articular por meio interativo via redes sociais, a horizontalidade do movimento, a luta ideológica sobre a hegemonia do discurso, a identificação do movimento propositalmente simplificada, e por isso, deturpada pela mídia como pacifistas e vândalos e o desnorreamento das instituições políticas organizadas – tais como os partidos políticos e centrais sindicais sobre as demandas e a natureza do movimento. Entre estas questões elegeria um como foco de análise: a recepção do discurso “anti-vandalismo”.

Um aspecto extremamente novo – entre outros – decorrente destas manifestações foi a defesa do discurso

contra o vandalismo professado por boa parte dos manifestantes e grupos. Cabe destacar a novidade da abrangência desse discurso e como ele se tornou hegemônico, facilitado pela própria abrangência e enorme extensão das manifestações que foram amplificadas pelas redes sociais, mídia impressa e televisiva – que mudou sua programação para cobrir os fatos – e tratada com avidez por vários analistas políticos. “Pode se protestar, mas de maneira pacífica, isto é, sem violência e sem depredação do patrimônio público e privado” esse foi o coro.

Ao lembrarmos os anos 1970 e 1980, as grandes manifestações de massas que tivemos no Brasil, como a emergência do movimento sindical a partir de São

Bernardo, o Movimento contra o custo de vida, as Diretas-já (FAUSTO, 1996), e o Movimento a favor do impeachment do Collor (BARBEIRO; CANTELE, 1999), certamente não considerando aqui suas

especificidades conjunturais, não havia discurso contra o vandalismo. E se alguma propriedade foi violada – como é provável – não houve fatos suficientes para que tal discurso se consolidasse, ou não foi dada a visibilidade para tal. É interessante observar a análise do historiador Rui Fausto sobre um certo momento das Diretas-já que caracterizava uma indefinição do jogo e das conseqüências políticas

Daí para frente, o movimento pelas diretas foi além das organizações partidárias, convertendo-se em uma quase unanimidade nacional. Milhões de pessoas encheram as ruas de São Paulo e Rio de Janeiro, com um entusiasmo raramente visto no país. A campanha da



“diretas-já” expressava ao mesmo tempo a vitalidade da manifestação popular e a dificuldade dos partidos para exprimir suas reivindicações. A população punha todas as suas esperanças nas diretas: a expectativa de uma representação autêntica, mas também a resolução de muitos problemas (salário baixo, segurança, inflação) que apenas a eleição direta de um presidente da República não poderia solucionar (FAUSTO, 1996, p. 509).

É bom lembrar que inclusive um movimento cuja natureza claramente poderia ter como rótulo anexo “vandalismo” nem assim foi recepcionado pela população no início de abril de 1983: os saques a supermercados e lojas que se iniciaram no bairro de Santo Amaro e rapidamente se espalhariam por diferentes pontos da cidade de São Paulo ao longo de três dias (FERREIRA, 2009). Tais saques foram, na época, a denúncia do quanto a recessão sangrava os pobres nas periferias. Entretanto, no momento atual, o discurso contra o vandalismo foi – continua sendo – uma das tônicas a respeito das manifestações iniciadas pelo MPL e apropriada por outros grupos.

Entendemos que há algumas hipóteses a serem refletidas, aprofundadas sobre a emergência desse discurso “anti-vandalismo”. A primeira, que é bem conhecida, resulta da própria análise antropológica da formação do povo brasileiro. Há um traço forte no brasileiro de resistir ao conflito. O brasileiro não se relaciona com tranquilidade diante do conflito de idéias nos mais diferentes espaços, do confronto político, confronto físico, e muito menos compreende as situações políticas que levaram a conflitos armados. “Graças a Deus no Brasil não

há guerras, bombas, ataques terroristas como há em outros países”, muitos alegremente professam. Esta natureza de resistência ao conflito foi identificada e analisada por estudiosos da cultura brasileira, entre eles, Gilberto Freyre (2005), Sergio Buarque de Holanda (1995) e Maria Sylvia de Carvalho Franco (1974) que de um lado, destacaram a influência da escravidão em nossa formação com as manifestações oscilantes de violência e afeto entre senhor e escravo, e de outro, o profundo afeto que se manifesta como mediação a todas relações sociais, identificado por Holanda na figura do homem cordial, fez emergir fenômenos como o personalismo, o paternalismo e profunda lealdade entre dominantes e dominados¹. É bom assegurarmos que esta intranquilidade diante do conflito não explica toda história comportamental do homem brasileiro no universo social, uma vez que tivemos muitos movimentos de resistência contra injustiças ou como simples desejos de grupos e comunidades de serem ouvidos e reconhecidos pelos operadores políticos como a Inconfidência Mineira, a Confederação do Equador, Guerra dos Cabanos, Cabanagem, Revolta dos Malês, Sabinada, Balaiada, Farrroupilha, a Revolta da Chibata, e a Luta armada entre o fim dos anos 1960 e início dos 1970 (FAUSTO, 1996). Por outro lado,

¹ O Personalismo está entre os conceitos mais importantes de compreensão da cultura brasileira. Tal conceito identifica que a estrutura social no Brasil se sustenta nas relações pessoais, e estas determinam vários elementos do tecido social. Como decorrência do personalismo, o Paternalismo será um tipo de relação social que envolve dependência entre os agentes, sustentada por troca de proteção e fidelidade. A lealdade, conceito antiquíssimo na história do pensamento, envolve fidelidade, e por vezes tem vínculos com valores como honra.

a elite conservadora, e representante dos interesses das classes dominantes, não hesitou em ir para o conflito aberto contra a população quando seus interesses foram colocados na berlinda, e sobre isto é só retomarmos o histórico das lutas acima assinaladas, bem como o Golpe de 64, o AI-5, o confronto armado (FAUSTO, 1996), e os recentes relatos da comissão da verdade. Porém, apesar desse histórico, sentimos como brasileiros um desejo profundo para a conciliação, evitamos os juízos assertivos, e sofremos com as soluções necessárias, que evidentemente terão que passar por conflitos, evitamos soluções que, nas circunstâncias do tempo e lugar, serão duras.

Anti-vandalismo e o consumidor

A segunda hipótese para a excelente aceitação do discurso “anti-vandalismo” decorre da emergência, como agente social, da figura do consumidor. Esta emergência do consumidor como categoria social relevante, resulta do típico fenômeno da onda neoliberal e seu caráter intrínseco a certos aspectos da globalização que realça, profundamente, a concorrência não somente entre empresas, mas entre indivíduos. Nesta concorrência, os indivíduos para “se venderem” no mercado, devem se preocupar com a auto-imagem (marketing pessoal), devem buscar formação contínua, e não devem cultivar vínculos profundos com organizações, pois o caminho é o efêmero, e neste contexto, ser flexível em tudo: na disponibilidade para as organizações, no transito entre projetos, na aceitação e na rápida renúncia de novas escolhas profissionais, enfim, na necessidade de ter o mercado como espelho orientador de suas ações, como balizador das relações sociais (SENNET, 2001).

Este típico indivíduo formado e mediado pela referência ao mercado se vê como um consumidor, e devido a isto, muito atento aos direitos de propriedade, ao zelo pela propriedade, propriedade esta que pode ganhar e deve ao máximo evitar perder – pois sua obtenção é sofrida para boa parte –, e de outro lado, desatento e distante aos direitos e deveres seus que são vinculados aos direitos e desejos dos outros. Há de certa maneira, um apequenamento da figura do cidadão no sentido amplo do conceito, e uma amplificação da figura do consumidor; e quando se apresenta os desejos do cidadão, o eixo de ação é uma perda, perda econômica, e não a perda coletiva, perda dos vínculos coletivos, e dos direitos políticos e sociais. De maneira evidente, as referências do que é o cidadão e do que é o consumidor, ou melhor, onde começa um e se inicia outro, apenas indicam o embaralhamento destes conceitos e agentes sociais. Motivado por estas questões, em recente artigo intitulado “*O cidadão como consumidor: considerações sobre a invasão da política pelo mercado*” Wolfgang Streeck retomando análises do economista Monsen e do cientista político Downs diz

Quatro décadas atrás, em um artigo célebre na revista americana *The Public Interest* intitulado “Bens públicos e status privado”, o economista Joseph Monsen e o cientista político Anthony Downs enfrentaram a questão de saber por que a sociedade americana era, na definição de John Kenneth Galbraith, “rica na vida privada, mas pobre em serviços públicos”. Os autores não estavam convencidos pela explicação padrão dada na época: as “técnicas de propaganda inteligentes e nefastas” utilizadas pelas grandes

corporações para manipular os consumidores faziam com que eles “comprassem bens e serviços privados que não necessariamente desejassem ou necessitassem”.²

Em vez disso, Monsen e Downs sugeriram que havia “um fator mais fundamental” em ação, que explicava a disparidade na distribuição de bens entre os setores público e privado: um “desejo”, por parte dos consumidores, “de competição e diferenciação”, que os levava a “criar distinções visíveis entre grandes grupos e classes e, dentro desses grupos, diferenças individuais mais sutis”. Monsen e Downs definiram esse desejo como “uma parte intrínseca da natureza humana, evidente, pelo menos em algum grau, em todas as sociedades, passadas e presentes”. Um desejo ‘tão fundamental que pode ser considerado uma *lei* da natureza humana’.

E por que essa ‘lei da diferenciação do consumidor’ afetaria a distribuição de recursos entre a esfera privada e a esfera pública numa economia moderna? O ponto central do argumento da dupla é que os bens produzidos ou distribuídos pelas autoridades públicas são padronizados (STREECK, 2013, p. s/n).²

Streeck chama a atenção – que transcorre ao longo de seu texto – para o fato de que a política, na personalização da figura do Estado, tem a natureza de fornecer bens sociais que são padronizados, pois são para todos, e para todos igualmente. De outra forma,

² Excelente artigo que busca distinguir as funções da política e do mercado, identificando qualidades e restrições de ambos, apontando desafios a ser enfrentado pela política no mundo contemporâneo diante da idéia de mercado como parâmetro, ora adequado, ora inadequado, das relações sociais.

o mercado, a partir das transformações dos anos 70 do século passado, decorrente da reestruturação produtiva, começou a pensar o produto a ser lançado como elemento de diferenciação e distinção entre as pessoas. Se o mercado anterior, influenciado pela produção fordista se fundava na idéia de massa, o mercado posterior se consolidará na diferenciação do produto visando o consumidor – e não o cidadão – que exige diferenciação no produto, no tratamento, na rapidez, nos elementos simbólicos agregados. Diante dessa realidade de entidades nas quais uma fornece produtos padronizados, e outro fornece produtos diversificados, o indivíduo fica certamente mais sensível e seduzido aos valores do mercado. Isto provoca um profundo desequilíbrio entre as ofertas da política e as do mercado. Há aqui algo de real, entretanto também há elementos de falso dilema.

Quando o Estado pretende atender o cidadão como se fosse consumidor, identificando-o como cliente – algo que está ocorrendo na Europa influenciado pela abordagem teórica da Terceira Via do trabalhismo britânico, como corretamente aponta Streeck – não somente propõe algo que lhe é inalcançável, ou seja o atendimento individual de um tipo de demanda que é por natureza social, como visa cumprir algo que não é seu papel. Os bens gerenciados pelo Estado, produtos próprio da experiência política, passam necessariamente pelas escolhas definidas pelo público (conjunto de cidadãos), e não requerida pelo consumidor. Como decorrência, alerta Streeck, é necessário o Estado não ser visto pelos seus agentes e requerido pelos cidadãos como ser que funciona, ou deve funcionar, como empresa.

Assim, a política não pode passar pela mesma reengenharia aplicada às empresas capitalistas e às linhas de produtos após a era fordista. Em vez de simplesmente servir aos desejos idiossincráticos dos indivíduos, ela deve sujeitá-los ao escrutínio público, com o objetivo de incluí-los na vontade geral, que agrupa e se sobrepõe às muitas vontades individuais (STREECK, 2013, p. s/n).

Observando o peso e a presença das redes sociais nas manifestações recentes, não deixa de ser relevante uma observação de Streeck sobre os processos de socialização existentes nestes recursos que servem como luva aos interesses de diferentes instituições, entre elas, o mercado, pois são facilitadores do vínculo e rápido abandono, por exemplo, de uma comunidade de consumo, sem que o indivíduo precise esclarecer as causas de sua escolha. E o irônico é quando este modelo de socialização é plenamente requerido na política.

A socialização por meio das redes sociais – Twitter, Facebook e afins – representa uma extensão dessa tendência, inclusive por oferecer às empresas mais um conjunto de ferramentas para um marketing altamente individualizado. Firms, políticos e celebridades de todo tipo aprenderam a usar as mídias sociais para personalizar comunidades imaginadas de “seguidores”, prontas para receber mensagens pseudopessoais a qualquer momento do dia. Na política, a esperança é utilizar as novas tecnologias para compensar a atrofia crescente dos partidos tradicionais. Ao mesmo tempo, elas provocam uma personalização ainda maior da política; virá o dia em que Angela Merkel vai informar imediatamente aos seus “seguidores” o quanto apreciou a

ópera a que acabou de assistir (STREECK, 2013, p. s/n).

Claramente as questões apontadas pelo articulista citadas acima somente realçam questões desafiadoras sobre a figura social do consumidor e do cidadão e suas fronteiras. No Brasil, já temos 23 anos da edificação do Código de Defesa do Consumidor. Obviamente, estamos longe de tal código conseguir, como eixo normativo, defender os interesses totais dos consumidores diante dos desmandos praticados por empresas e prestadores de serviços, entretanto é fato que tal código já possibilitou criar uma cultura de direitos dos consumidores, e claramente, os consumidores estão mais ciosos de seus direitos de propriedade. Ora, se o vandalismo é um ataque à propriedade pública e privada no sentido de deixá-la inoperante, ou deixar a marca da força da resistência, ou dela se apropriar para fins pessoais (o que caracteriza roubo), certamente o vandalismo deve ser execrado por meio do discurso e da ação. Se emerge na cultura de consumo contemporânea o desejo do indivíduo ser tratado pelo Estado como consumidor, o indivíduo que é consumidor, e que por isto tem o que perder, certamente é solidário ao discurso anti-vandalismo. Porém esta questão, nos obriga a pensar outra hipótese sobre a identificação do discurso anti-vandalismo referente à propriedade pública, e à propriedade privada.

Anti-vandalismo, a propriedade pública e a propriedade privada

O discurso anti-vandalismo apresentou um viés de preocupação com a depredação do patrimônio público. Desse modo, manifestou-se uma certa consciência de defesa do bem público, embora mediado pelos discursos do “cidadão” bastante preocupado com seu

gastos. A tônica discursiva não é porque o bem é público, e assim, pertence a todos igualmente, e a ninguém em particular, mas porque a perda do patrimônio público reverte em maiores impostos para recompô-lo, em gastos que ao fim “estourará” sobre os indivíduos. Embora a preocupação seja mais econômica do que uma consciência de um pertencimento e responsabilidade sobre o coletivo, uma certa consciência em defesa do que é público se projetou. Há também no próprio discurso uma preocupação de preservação do que é público porque o que o Estado fornece já é pouco com relação à demanda, ao lado do irritante sentimento de desproporcionalidade de obtenção de recursos dos impostos ante ao que de retorno o Estado oferece. Obviamente as manifestações atuais podem indicar que esta separação plena entre consumidor e cidadão pode – como em outras situações estudadas pelas ciências sociais – ser muito clara nos conceitos, mas pouco precisa nas ações.

Além disso, o discurso também projetou uma rejeição aos danos à propriedade privada. Imagens de ônibus em chamas, agências bancárias depredadas, lojas saqueadas, foram sucessivamente projetados nas mensagens televisivas, nas redes sociais, e nas análises de comentaristas. Seria um erro identificar nestas ações um mero ataque à propriedade burguesa. Que alguns grupos, ou círculos de pessoas agiram nesta direção, não há dúvida, mas tal idéia não foi a centralidade desta ações. Obviamente que a repetição das imagens na TV, e comentadas varias vezes por seus analistas, resulta não somente do fato de que tais cenas aumentam a audiência, como também explicitam os vínculos de solidariedade diante da perda de capital que comove tão fortemente as empresas privadas, e sendo as TVs no Brasil – em sua

maioria absoluta – gerida por grupos privados, a solidariedade e a indignação não poderiam deixar de ser explicitadas.

Avançamos como hipótese de que, com a abrangência e uso das tecnologias de informação nos mais diferentes serviços, um fenômeno já conhecido precisa ser lembrado, e tal fenômeno – em nosso entender – impacta no discurso anti-vandalismo: este fenômeno é o fato de muitos serviços de empresas, em particular e em primeiro lugar, as bancárias, serem feitos por indivíduos comuns, ou seja consumidores. Os consumidores depositam cheque, sacam recursos, transferem recursos, pagam contas em terminais eletrônicos e lotéricas; pagam contas por via virtual (CIAB FEBRABAN, 2012).³ Em outra direção do mercado, vários serviços de saúde particular, no caso laboratórios, centros de diagnósticos e exames, se organizam em unidades que não precisam mais estar vinculadas a uma unidade maior e de referência, no caso o hospital, e o percurso de realização do exame diminuiu muito o tempo da presença física do cliente, e aumentou a obtenção dos resultados por meio virtual. Desse modo, um fato se cristalizou: o consumidor se tornou co-responsável, por meio das tecnologias, das tarefas e processos de trabalhos próprios da empresas privadas.

No caso dos bancos, os recursos tecnológicos, tendo à frente a internet como base, foi determinante para o

³ Esta pesquisa do Relatório CIAB FEBRABAN de 2012 apresenta alguns interessantes indicadores entre 2002 e 2011: o número de pessoas que se vincularam a bancos por meio de contas correntes (processo de bancarização) era em 2002 28 milhões, e chegou em 2011 a 54 milhões; avançou também o número de caixas eletrônicos; 2002 com 22 mil postos, e em 2011 com 48 mil postos. Terminais de atendimentos: em 1994 era 32 mil; em 2011 atinge 182 mil.

enxugamento de postos de trabalhos e posteriores reestruturações organizacionais. É interessante observar um item de conclusão do relatório Ciab Febraban sobre os desafios das empresas bancárias ante os impactos referente ao uso dos recursos virtuais

Mesmo com o aumento do internet e mobile banking, o número de agências cresce e passa por um processo importante de discussão da transformação do seu papel para um foco maior em consultoria/relacionamento, trazendo discussões importantes sobre capacitações e plataforma tecnológica para apoiar este processo de mudança (CIAB FEBRABAN, 2012, p 18).

Logo, certas tarefas que eram feitas na boca do caixa por meio do contato entre cliente e funcionário, com as tecnologias, fez o funcionário desaparecer, e o cliente substituí-lo. Bem, o consumidor se serve destas plataformas virtuais, como caixa eletrônicos, *mobile banking*, serviços rápidos de lotéricas, para fazer uma infinidade de tarefas, e neste sentido, aprova ou desaprova a empresa quando a qualidade do serviço se altera. Obviamente a população busca preservar estes recursos, pois eles impactam seriamente seus compromissos financeiros, basta ver a pressão que sindicatos de bancários sofrem nas greves atuais quando massas de consumidores são impedidos de desempenharem uma quantidade de serviços que antes eram de total responsabilidade da empresa bancária. Assim, depredar a propriedade privada é – em certas circunstâncias – dificultar os meios pelos quais consumidores cumprem certas tarefas “de sua responsabilidade” que uma vez não cumprida lhes impactam prejuízos econômicos. Neste sentido, ser contra o

vandalismo, é uma forma de, ao mesmo tempo, não criar prejuízos para o consumidor, e preservar a propriedade privada. Como consequência, certas empresas privadas, em particular aquelas do setor bancário hoje – e a tendência é que outros setores caminhem na mesma direção – tem o consumidor como grande aliado na defesa de sua propriedade, este agora co-responsável pelo patrimônio privado. O consumidor torna-se, dessa maneira, defensor da propriedade privada das empresas. Ele trata a propriedade privada com o sentimento do que seria a propriedade pública.

Outro vandalismo

A filosofia política e a ciência política são áreas do conhecimento que se esforçam para analisar um fenômeno de natureza política com vistas a problematizá-lo e entendê-lo do ponto de vista universal. O vandalismo e o anti-vandalismo podem ser alvos de análise dessas vertentes do conhecimento.

Nessa linha de reflexão, ou seja, observando nossa questão de estudo num viés mais amplo, e devido a isto, se afastando das manifestações que ocorreram nas cidades brasileiras, imediatamente salta a idéia de que a força central que ataca, busca enfraquecer qualquer manifestação que se aproxima de atos de vandalismo é o Estado. E não poderia deixar de sê-lo. Enquanto força da ordem, expressão e garantia da paz, o Estado é visto, pela teoria política, como a personalização da ordem, da tendência à normalidade quando a vida social dá sinais de desagregação. Esta herança, bem sabemos, foi fundada com solidez teórica por Thomas Hobbes (1983) em seu belo *Leviathan*, cuja tese basilar, que se tornou um dos fundamentos da ciência política é a de que a finalidade

do Estado é garantir a paz e a segurança.⁴ E o mais interessante é deduzir da tese contrária o sinal de um Estado que está se desagregando: quando um Estado não tem mais condições de garantir a paz e a segurança para seu povo, é um sinal de que ele está se desagregando, e certamente passará por transformações.

Comprova a tese de Hobbes o que encontramos hoje na Síria, o que ocorre já há algum tempo na Somália, o que recentemente ocorreu no Iraque. Lembrar desses países não é surpreendente no contexto em que analisamos, pois a guerra em si, os Estados proponentes, seus articuladores, e as empresas envolvidas, são partícipes de um vandalismo antecipadamente calculado. As guerras desorganizam cidades, fragmentam comunidades, aniquilam indefesos, desestruturam espaços de socialização, enfraquecem sociedades. A indústria armamentista com o apoio que recebe do Estado em diferentes países é somente uma mostra dessa realidade. O motivo de invasão do Iraque foi o falso fato de que havia em seu território usinas nucleares. Observa-se que, nesse momento, o próprio Estado, certas empresas, e lobistas, são os vândalos por excelência; e o que dizer dos operadores-empresas da bolsa americana na crise de 2008 resultado da bolha do setor imobiliário?

Obviamente que, referente à figura do Estado, o conceito de Razão de Estado (BOBBIO, et al., 1994) vem amparar a

⁴ Assim o filósofo define a origem conceitual do Estado, identificando no fim de sua exposição a finalidade: “É nele que consiste a essência do Estado, a qual pode ser assim definida: uma pessoa de cujos atos uma grande multidão, mediante a pactos recíprocos uns com os outros, foi instituída por cada um como autora, de modo a ela poder usar a força e os recursos de todos, da maneira que considerar conveniente, para assegurar a paz e a defesa comum”.

racionalidade de suas decisões.⁵ Porém é necessário ampliar mais a lupa de observação sobre os que praticam vandalismo, cujos agentes não são somente os conhecidos pela retórica política e jornalística como indivíduos, grupos, mas os não comumente assinalados, no caso, Estados, empresas, corporações, lobistas de interesses obscuros.

Voltando às manifestações no Brasil é necessário não esquecer que as referências abrangentes de crítica à corrupção se apresentaram num formato discursivo ideologicamente muito restrito e superficial: o olhar sobre os corruptos se localiza no Estado, na administração pública, e simbolicamente decorrente disto, na política, mas há os vândalos em outra parte da esfera social: os corruptores, e estes são esquecidos, escondidos, guardados, salvados, pela maioria absoluta dos manifestantes, e pelo seu grande farol orientador, a oligarquia da comunicação localizada nas poucas famílias que dominam a mídia no país.

⁵ Apesar de ser um conceito amplo que exige anos de consulta somente para se atualizar sobre os estudiosos da questão, a exposição profundamente relevante indicada pelo autores diz “Querendo resumir numa definição tão sintética quanto possível e, conseqüentemente, sumamente genérica e abrangente as teses da Doutrina da Razão de Estado, esta tradição afirma que a segurança do Estado é uma exigência de tal importância que governantes, para garantir, são obrigados a violar normas jurídicas, morais, políticas e econômicas que consideram imperativas, quando essa necessidade não corre perigo. Por outras palavras, a Razão de Estado é a exigência de segurança do Estado, que impõe aos governantes determinados modos de atuar”.

Referências

BARBEIRO, H; CANTELE, Bruna R. Ensaio geral, 500 anos de Brasil: São Paulo, Cia Editora Nacional, 1999.

BELATTO, Luiz Fernando B. As duas faces da moeda: paternalismo, amor e ódio entre senhores e escravos no Brasil colonial. São Paulo: Revista Klepsidra, 2001. Fev/Mar

BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. Dicionário de política. Brasília: Edit UnB, 1994.

FAUSTO, Rui. História do Brasil. São Paulo: Edusp, 1996, pag.499 e 509.

FERREIRA, Cassiana B. Representações de intolerância na imprensa escrita: saques e quebra-quebras em São Paulo (abril de 1983). São Paulo, USP, 2009. Disponível em <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8138/tde-02022010-144138/pt-br.php> acesso em 19/06/2013.

FRANCO, Maria Sylvia de Carvalho. Homens livres na ordem escravocrata. São Paulo: Ática, 1974.

FREYRE, Gilberto. Casa-grande e Senzala. São Paulo: Global, 50ª Ed, 2005.

GOMES, Ana. “A lógica do Afeto”. Discussão em torno das linhas de força da gestão de RH nas empresas portuguesas e em Moçambique. Lisboa: ISCT, 2004.

HOBBS, Thomas. Leviatã ou Matéria, Forma e Poder de um Estado Eclesiástico e Civil. São Paulo: Abril cultural, 1983.

HOLANDA, Sergio Buarque de. Raízes do Brasil. São Paulo: Cia das letras, 1995.

PESQUISA Ciab FEBRABAN/2012: o setor bancário em números. Disponível em http://www.ciab.com.br/_pdfs/publicacoes/Pesquisa2012.pdf

SENNET, Richard. A corrosão do caráter. Rio de Janeiro: Record, 2001.

STREECK, Wolfgang. O cidadão como consumidor: considerações sobre a invasão da política pelo mercado. São Paulo: Revista Piauí, 2013. Abril, edição 79.

*Recebido em 2013-07-19
Publicado em 2014-01-01*