

# Ideias de Botequim: Comunicação ou barbárie

Detalhes Publicado em Sexta, 02 Janeiro 2015 11:20



Curtir Compartilhar

37

Tweet

3

g+1

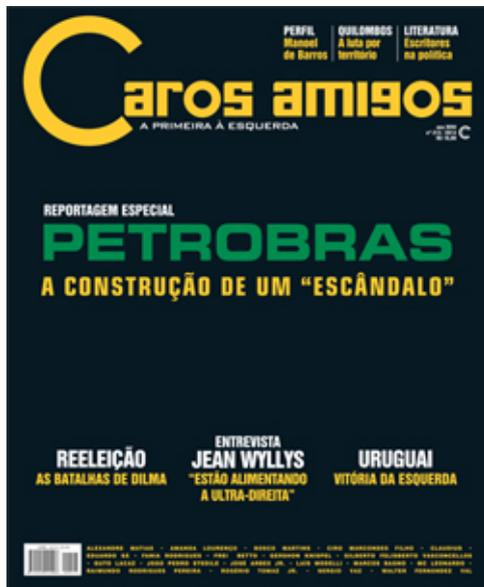
0

Share

**Leia na íntegra a coluna Ideias de Botequim da edição 213 de Caros Amigos**

**Por** **Ciro Marcondes Filho**

Este botequim está cada dia mais vazio. Parece que meus colegas de copo perderam a vontade de conversar. Dá a impressão que estão todos meio acuados após o resultado das eleições. Efeito bizarro no Brasil em que perdedores dão as cartas e vencedores têm que se esconder. De onde veio essa violência toda? Minha tese é a de que se trata de um problema de comunicação. Ou de incomunicação.



**[Clique e saiba](#)**

**[mais da](#)**

**[edição 213](#)**

Estava eu, uma semana antes da votação de segundo turno, no supermercado e eis que encontro meu advogado. Estava visivelmente exaltado com a situação brasileira, dizia que assim não dá mais, que o Judiciário estava um absurdo e que sentia medo. Disse-lhe que eu também sentia medo, um medo difuso, no ar, cheiro de golpe de Estado. Ele concordou. Continuamos a conversar e qual não foi minha surpresa que o medo que ele sentia era o oposto do meu: não de que as forças conservadoras impusessem uma virada a la 64 no Brasil, mas que o partido no poder permanecesse com as tais das “corrupções”, blá-blá-blá...

## **Campanha**

Lições dessa conversa: a campanha política estrangulou a linguagem em dois planos. Primeiro, jogando de volta todas as críticas recebidas, argumentando com o lema “quem está fazendo isso é você”. Fim da linguagem, embaralhamento dos códigos, assassinato do diálogo. Caminho aberto para a violência e a estupidez. Projetos, propostas, programas de governo desaparecem. Onde havia fala, agora há porrada. Estratégia perigosa.

Ocorre-me a estratégia política dos regimes fascistas, abolindo o discurso com fundamentos. Em sua totalidade, as aparições dos líderes totalitários operava apenas com palavras de ordem, ovações e saudações. Não havia discurso. Não havia nada por trás daquilo. Ernst Bloch, um filósofo alemão da época, dizia que faltava às esquerdas uma “corrente quente” e que os nacional-socialistas tinham descoberto que para conquistar as massas não era preciso, nem aconselhável, discursos com fundamentos, dados, estatísticas, explicações. A massa se entediava. Em verdade, ela só queria ouvir palavras mágicas. Adolf venceu democraticamente e só depois desferiu o golpe, pondo todos os inimigos em campos de aprisionamento e matando-os.

No Brasil, a campanha política também abriu mão do discurso. Argumentos não vencem eleições. Bastam frases confirmadoras e slogans fáceis. Aliás, a massa da opinião pública raciocina por estereótipos. As frases prontas implantam-se em nossas cabeças e não se precisa mais pensar. Elas agem por nós.

## Violência

Daí constato que a grande violência que assistimos nesse último outubro, e que veio galopando até o segundo turno, tinha como objetivo dismantelar a campanha governista com ataques linguísticos. Ou antilinguísticos. Sim, porque substituir a discussão de programas e propostas por frases de efeito é implodir a democracia e abrir espaço para a ditadura. Para Karl Kraus, a imprensa de sua época havia conduzido a Hitler. No nosso caso, a estratégia é idêntica. O que faltou foram as condições miseráveis da população, a inflação monstruosa e o orgulho nacional ferido.

Por isso não seguimos esse caminho. Pelo menos, por enquanto. Pedir golpes militares ou intervenção americana é coisa de criança apelando aos pais. No Senado, o impeachment não emplaca porque nada de oficial se comprova contra Dilma. A única suspeita ainda é uma defecção low profile, atribuída por alguns ao Supremo.

De qualquer forma, voltando ao meu raciocínio inicial, pensemos juntos, o que faz em verdade, uma pessoa adquirir opinião e, mais difícil, mudar de opinião? Deixemos de lado os sem-opinião, que formam esses 10 ou 15% de eleitores que só se decidem no final. Pensemos nos outros 85 ou 90%. Existe uma tendência migratória em períodos eleitorais ou até mesmo antes deles. Uma decepção, uma medida antipática, um deslize, uma traição ao programa partidário pode interferir numa mudança de opinião. Mas para ela de fato ocorrer é preciso um acontecimento pessoal, subjetivo, íntimo. É preciso ouvir uma pessoa de confiança.

Minha opinião política pode ter se formado em casa, na escola, com o grupo de amigos. Sempre em situação em que há um certo pacto de confiança. E em que se busca o acolhimento de uma comunidade. Ouvindo um colega no qual confio, posso me dobrar à opinião dele por um motivo bem elementar: não há mediação. Ele entende do assunto, está informado, mas é, acima de tudo, meu amigo. O lado afetivo aqui é fundamental. Não é um jornal, uma rede de televisão, uma revista ou estação de rádio que está me passando aquela versão. Todos esses veículos me bombardeiam dia e noite, tentando vender seu peixe. Mas eu confio e desconfio. (Porque há um tempo de maturação da informação: um boato circula facilmente, impacta, impressiona, assusta... Mas o tempo seguinte o avalia, o relativiza e, finalmente, o desmente. Por isso, a cautela do telespectador, do leitor, está em deixar a coisa acalmar...).

## Opinião

Pois bem, os estudiosos americanos chamavam meu amigo de "líder de opinião", aquela pessoa que convive conosco, sabe mais de determinado assunto e "nos forma". Essa pessoa desfruta de uma aura de imparcialidade. É fundamental esse contato físico, esse olho no olho, a presença do outro.

Então, com a campanha política acontece o mesmo. Só que desta vez com mais radicalidade. Não foi Veja, Folha ou Globo quem levou Aécio aos 48% (se bem que Aécio esteja devendo à Veja entre 5 e 10% de sua votação por esta revista se beneficiar de um boato de última hora, sem dar o tempo de maturação).

A formação da opinião acontece no plano pessoal, subjetivo; as viradas também. Não confiamos nos Grandes Meios, a não ser quando eles estão a nosso favor. Eles só servem para confirmar o que já pensávamos. Quando eles deixam de fazer isso, nós os abandonamos.

Mas duas perguntas ainda sobram: quem faz a opinião dos líderes de opinião? Por que só a comunicação barra a barbárie? Começando pela última: comunicação é a vontade de manter as ideias vivas, pulsantes, em funcionamento. Só ela quebra estereótipos e nos faz ver o mundo sem óculos deformantes. Quando

nos abrimos a isso. O que não é o caso da maioria. Pensar com a própria cabeça é coisa rara. Coisa, talvez, para o líder de opinião. Abrir o outro à comunicação é nossa arma contra a barbárie.

---

♦ **Ciro Marcondes Filho** é jornalista e professor titular da ECA-USP.

Curtir Compartilhar

37

Tweet

3

g+1

0

Share