



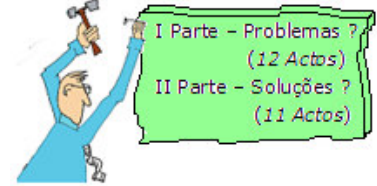
Nelson Trindade

Edição SocioSistemas

www.sociosistemas.com



Lupa sobre a democracia _ Acto 5 **...nos indecisos está o futuro...**



Uma entrevista, numa manifestação:

- **Não sei o que isso quer dizer, mas não concordo.**
- **Mas, não será melhor informar-se sobre isso ?**
- **Para quê ? Ninguém concorda.**

Recordações da Opinião Pública

Sucintamente, podemos considerar que numas eleições só existem dois grupos. O grupo dos que estão politicamente definidos (adeptos de um ou de outro partido) e o grupo dos que se encontram indecisos e/ou neutros.

São exactamente as oscilações deste último grupo, os *não-definidos-politicamente* (**indecisos/neutros**), que normalmente originam a vitória ou a derrota dos que se encontram *politicamente definidos*.

Por outras palavras, **são os que não sabem o que fazer que determinam o que vai ser feito.**

Como exemplo,

imagine-se dois partidos (extrema direita e extrema esquerda) numa eleição, em cada um tem 40% de adesões. Como cada um deles propõe o seu programa, será o programa do eleito que irá ser executado.

A vitória será dada pela posição dos restantes 10% de indecisos/neutros ao aderirem a um ou a outro. Por outras palavras, o poder de decidir o que irá ser feito estará nas suas mãos.

... o futuro pertencerá aos indecisos... pois serão eles a massa crítica que fará pender a balança da vitória para um dos lados.

A construção da decisão (o programa a executar) foi feita com o peso dos 40% do partido que a apresentou, mas o decisor do programa a adoptar foi o grupo dos 10% que não teve nada a ver com essa construção. Convém distinguir decisor e decisão. Mais outro pequeno "bug" infiltrado no processo democrático.

Todos os partidos e comentadores políticos conhecem perfeitamente este "bug", vidé os comentários normais às sondagens prévias às eleições [... *a grande incógnita para a vitória são o voto dos indecisos e dos indefinidos, serão eles que indicarão o vencedor...*].

As campanhas eleitorais não se dirigem aos membros do partido, pois estes já decidiram o seu voto. Elas são apenas dirigidas aos indecisos cujo convencimento e adesão é fundamental para se obter a vitória. As grandes manifestações partidárias durante as campanhas apenas servem de "show" para mostrar a esse grupo de indecisos como tantos eleitores validam a posição do partido, dando-lhes assim confiança para também se integrarem nesse grupo.

As campanhas são jogo para fazer os *neutros* optarem por serem "iguais a nós" e "diferentes dos outros".

Toda a estratégia é montada no sentido de agudizar as zonas de fronteira, criando ondas de

auto-estima e bem-estar por pertença ao próprio grupo e desvalorização e mal-estar por pertença ao outro grupo. Nesta processo, todas as diferenças desvalorizantes são *armas* importantes na *conquista de votos*.

Na prática, esta luta pelo poder traduz-se em tentar que os **neutros** tomem posição, optando pelo lado **correcto**, ou seja, optando pelo lado do que está fazendo a campanha. Por sua vez, esta resume-se a provar que os *outros não prestam*, criando uma espécie de contaminação negativa em tudo o que vem deles, uma espécie de estigma, uma espécie de *leprosos políticos*.

Numa palavra, **as campanhas são a época de caça aos neutros e indecisos**.

Porém, duas situações podem surgir: ou o grupo de *neutros para caçar* é muito pequeno, ou esse grupo é muito grande. E aqui surge outro pequeno "bug".

Dois casos são possíveis:

- Quando a **democracia funcionou bem** no período entre duas eleições consecutivas, isto é, todos os cidadãos participaram e estão mais ou menos bem informados sobre a vida e opções políticas em causa, e a discrepância entre as posições é muito grande, o grupo de neutros/indecisos é não só pequeno como não tem significado para a definição do vencedor.
- Pelo contrário, quando a **democracia funcionou mal**, o grupo dos indecisos é muito grande pois a participação foi reduzida. Os cidadãos não sabem o que se passa e, neste caso, normalmente, as propostas apresentadas pelos partidos são confusas, generalistas e indefinidas ...

Exemplos:

[... **o melhor para Portugal** ...]

**Seria impensável querer "o pior para Portugal"
ou "o melhor para Espanha"**

[... **reduzir o desemprego** ...]

Seria impensável "aumentar o desemprego"

[... **combater a inflação**...]

Seria impensável "fomentar a inflação"

[... **melhorar o ensino**...]

Seria impensável "piorar o ensino"

**Claro que tudo isto é verdade e importante,
mas o Sr. de La Palisse não diria melhor.**

No primeiro caso, quando os grupos estão bem definidos e com diferenças significativas no seu tamanho, os indecisos não têm peso no processo de vitória. Assim, o processo para *convencimento eleitoral* não é necessário e as campanhas são insignificantes e sem utilidade, uma vez que quase todos os cidadãos já têm posições definidas. Tudo é previsível, evidente e sem surpresas.

As campanhas são *mornas* e sem interesse, e giram em torno de comícios, que são festas de interior e só servem para os que já aderiram. Na verdade, os comícios não são processos de captação de adeptos, mas, apenas, rituais de confirmação e consolidação grupal. Servem também para difusão de mensagens para o exterior, do tipo *somos fortes e estamos unidos*.

No segundo caso, quando o grupo dos indecisos/neutros é grande, e a compreensão política dos cidadãos é vaga e esbatida, porque a democracia no período entre as duas eleições funcionou mal, então as campanhas são importantes e fundamentais para captar os indecisos. Normalmente, são um movimento social muito vivo, impetuoso e aberto à sociedade. Os partidos abrem-se e saem para o exterior, procuram criar amizades e elos afectivos (apertos de mão, beijinhos às crianças, abraços, ouvir problemas, fazer promessas, etc.), procurando **transformar a política num "namoro" social**.

Neste caso, o processo eleitoral é muito participado afectivamente, a sociedade fica viva e sente que o destino está nas suas mãos, pois tem "amigos políticos" que foram ao seu encontro.. O cidadão, até aí anónimo e esquecido, toma o papel de herói da caçada, perseguido pelos caçadores. É como se dissesse: *...estou aqui, apanhem-me... cacem-me...* são os seus minutos de glória.

Em conclusão, o fenómeno da participação eleitoral é tanto maior quanto menos participação tiver existido antes, ou seja, quanto maior for o grupo dos *não definidos politicamente*.

Por outras palavras, **quanto menos democracia existir entre duas eleições, mais democracia se viverá no período eleitoral.**

Considerando que as campanhas eleitorais (eleições) duram, em média, **1 mês** e vão empenhar o futuro numa determinada direcção durante **48 meses**, as eleições, centro da participação democrática, tem uma vida de **2% do período a que diz respeito**. Nos restantes **98%** os cidadãos assistem e esperam pela próxima participação democrática.

Na Democracia existem eleições e na Ditadura não existem, será que a única diferença entre uma Democracia "dura" e uma Ditadura "doce" é a existência, ou não, destes 2% de tempo em que se vivem eleições ? Será que os restantes 98% são semelhantes ? Será que o uso de força para controlar (e bater) nos cidadãos nas ruas são os mesmos? O "big brother" é igual em ambas, e com os mesmos argumentos: segurança e protecção ? Afinal, como se distingue os dois sistemas ?

De qualquer modo, uma questão importante é saber qual é o método utilizado para controlar a decisão (voto) para 4 anos, nesse pequeno período de 1 mês de eleições?

Por onde anda o real ???...

...a história deixou de ser real. Toda a humanidade parece estar a abandonar a realidade.

Elias Caneti

A dinâmica das eleições processa-se fundamentalmente no grupo dos neutros/indecisos, procurando atraí-los, cativá-los e prendê-los a uma determinada posição. Por outras palavras, o terreno da luta eleitoral é a **mente dos votantes**, em particular a mente dos que pertencem ao grupo dos neutros e/ou indecisos.

Deste modo, o centro da política transfere-se daquilo **que é preciso fazer** (alteração do real), para aquilo **que é preciso que eles pensem** (alteração das imagens do real).

As acções e as decisões políticas são escolhidas, não em função das suas consequências no real, mas sim em função dos efeitos que provocarão nas mentes dos eleitores, nas imagens que terão dos diferentes partidos. Se essas imagens correspondem, ou não, à realidade, é um problema secundário, desde que reforcem a imagem que se quer provocar. O importante não é a verdade, é o que pensam ser a verdade.

Como todos os partidos jogam aqui, o jogo democrático desloca-se da análise da situação real para a análise do que pensam os eleitores [...o importante não são os problemas, mas sim o que os cidadãos pensam ser os problemas....].

Como consequência, os políticos desinteressam-se da realidade como factor fundamental e agem com os olhos postos no que acontecerá à opinião (*pública*) dos seus eleitores, se eles, políticos, tomarem esta ou aquela decisão.

Assim, toda a vida política se descentra da realidade e **foca-se nas suas imagens**, criadoras de reflexos na opinião pública. A **democracia torna-se virtual**, joga-se nos símbolos e nos efeitos provocados na memória colectiva: *Não só se constroem castelos no ar, como se passa a viver lá dentro ...* às vezes, sem qualquer relação com a realidade.

O político deixa de se preocupar em ser uma pessoa definida e passa apenas a preocupar-se em ser uma **imagem adaptada**, e nesta perspectiva os seus assessores de imagem e comunicação são a maior das suas preocupações:

- deixa de ter um *rostro* e passa a ser apenas uma ***cara publicitada***, procurando apresentar a imagem que os outros querem que ele tenha... no vestir, nos comportamentos, nas ideias, etc.;
- os seus actos públicos deixam de ser expressões pessoais e passam a ser ***cenas para divulgação*** [...*mesmo cumprimento repete-se vezes sem fim até os repórteres e os fotógrafos se darem por satisfeitos*];
- os resultados a obter, perdem significado perante a importância das ***audiências*** a conquistar [...*se as sondagens são boas, então tudo está bem*];
- a responsabilidade dilui-se na problemática do ***impacto*** [...*se o impacto é positivo, então tudo foi correcto ou é esquecido se foi asneira*];
- as palavras e os actos transformam-se em ***representações*** [...*em público diz-se (faz-se) uma coisa e em privado diz-se (faz-se) outra*];
- e os projectos e decisões são apenas ***publicidade orientada*** [...*o importante é que sejam aceites pelos eleitores*];
- por fim, a verdade desaparece e é substituída pela ***credibilidade*** [...*desde que os eleitores acreditem, o resto não importa*];

Como exemplo, o que aconteceria à sociedade se os professores, os juízes, os médicos funcionassem assim ?

Nos Hospitais os médicos tomariam decisões, não para o bem dos doentes, mas para criarem uma boa imagem pública. Os seus actos seriam constantemente um espectáculo científico de publicidade orientada para aumentar a sua audiência junto dos doentes e famílias, as decisões médicas seriam substituídas por decisões para aumento da credibilidade do tratamento, e a sua responsabilidade seria avaliada com o critério de "os doentes gostam".

Se isto acontecesse, os médicos transformar-se-iam em "vendedores de feira", em "***feirantes***".

Será que no fim, tudo se resume a uma festa de "feirantes" como espectáculo ?

O real deixa de ser importante, os referenciais de compreensão e avaliação perdem-se no turbilhão das imagens e a actividade do dia a dia perde consistência. A verdade e a mitificação integram-se de tal modo que o mundo real desaparece.

O mundo do virtual domina a cena da res-publica.

Nesta evolução, as regras do jogo político alteram-se e são substituídas pelas regras de jogo do ***espectáculo***, mas um espectáculo especial, pois tem *vida curta e grande repercussão*.

É a ***luta pelo domínio da atenção fugidia do grande público***; é a luta pela ***caixa*** que arrasta as vantagens das grandes audiências.

Assim, o político tem um objectivo que é *ser acontecimento* ou, por outras palavras, vive o ***síndrome da ribalta***, mas com uma particularidade, pois deseja que o acontecimento tenha sempre um reflexo positivo na sua imagem junto dos eleitores, ou seja, é complementado com o ***síndrome do mercado***.

Neste mundo da res-publica virtual, "Político" é um ser composto pelo síndrome da ribalta somado com o síndrome do mercado.

Se tudo correr bem, esse *político-em-imagem* torna-se um produto facilmente comprado pelos seus eleitores, portanto, passa a ser um produto que o partido vende bem. Deste modo, adquire poder junto dos seus iguais, tem prioridade nas listas eleitorais e torna-se, eventualmente, o ***primeiro entre iguais***.

Existe assim uma espécie de inversão da ordem de causa e efeito: *não se fica em evidência por ter feito algo, mas faz-se algo apenas se isso o colocar em evidência*. O real da vida política dilui-se na democracia leiloada das sondagens e das audiências.

E quem domina aqui ??

... a notícia criou o céu e a terra ...

(Lupa sobre a Democracia_ Acto 6).