



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTs DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTs DE GRADUAÇÃO

O Bolsa Família nas práticas de consumo: Reprodução da sociedade capitalista, ou emancipação política?¹

Frederico Jorge Tavares de Oliveira²

UNIP/ESPM

Bruna Cristina Neves Carnelossi³

PUC-SP

Resumo

Este artigo trata do Programa de Transferência de Renda, o Bolsa Família, e de sua incidência sobre as práticas de consumo; avalia essa incidência a partir da interface dos campos da sociologia com o serviço social e os estudos de comunicação e consumo, e indica que o Programa tem, fundamentalmente, um duplo impacto; de um lado, representa instrumento de reprodução da sociedade capitalista, dentro da estrutura racional e burocrática do Estado, e, de outro, uma sorte de emancipação política por parte dos beneficiários.

Palavras-chave: comunicação e consumo; cidadania; Bolsa Família; emancipação política.

O título deste artigo é suspeito, espera-se também, sedutor. Insinua-se a um *schème* fundador da nossa imaginação que remete aos princípios lógicos de exclusão, contradição e identidade; trata-se do *schème* da verticalização ascendente, da divisão visual e/ou manual de que nos fala o antropólogo do imaginário, Gilbert Durand (2016). Suas “estruturas figurativas do imaginário” e o “pensamento complexo” de seu amigo Edgar Morin (2010), contudo – ambos avessos ao cartesianismo –, estão aí para dizer que as coisas não têm exatamente uma identidade estanque ou separada umas das outras, à

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação, Consumo e Novos Fluxos Políticos: ativismos, cosmopolitismos, práticas contra-hegemônicas, do 7º Encontro de GTs de Pós-Graduação – Comunicon, realizado nos dias 10 e 11 de outubro de 2018.

² Doutor em Comunicação e Práticas de Consumo pela ESPM, com período sanduíche na Université Paris Descartes, e mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. Integrante do Juvenália – Grupo de Pesquisa sobre Culturas juvenis: comunicação, imagem, política e consumo. Professor na Universidade Paulista; e-mail: fredericojtavares@hotmail.com.

³ Doutora e mestre em Serviço Social pela PUC-SP. Especialista em Psicologia Política, Políticas Públicas e Movimentos Sociais pela EACH-USP. Integrante do Núcleo de Estudos e Pesquisas de Seguridade e Assistência Social (NEPSAS). Assistente Social; e-mail: bru-carnelossi@uol.com.br.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

medida que são tecidas em conjunto e sob processos de reciprocidade, de “ação-retroação”, ou sob trajetos do sentido; a física quântica mostrou como uma coisa pode ser duas ao mesmo tempo, como a matéria é, em verdade, onda e partícula, e que a sua qualidade, em última instância, se onda ou partícula, dependerá do observador, donde vamos encontrar também o *schème* que dá imagens místicas impulsionadas pela ação de misturar, princípio lógico da analogia e da similitude, e o *schème* da conexão, em que opostos que seriam separados se harmonizam sob o princípio lógico da causalidade no tempo, no diacronismo das suas representações. O imaginário como sistema de imagens e relações de imagens, colado que está nas coisas materiais, é quem governa a *ação social*, mas numa *tópica sociocultural* cheia de intimações pedagógicas ou “históricas”, socioeconômicas, donde se pode encontrar os trajetos do sentido dos objetos e da imaginação humana (produção, circulação e consumo de bens materiais e ideias/imagens). Assim ocorre com o consumo, fenômeno da nossa imaginação, mas também um fenômeno bastante “material” e “histórico”, agora no sentido marxiano desses termos.

O velho debate da infraestrutura (os meios de produção da economia, as condições materiais de produção e da subsistência pelo trabalho) e da superestrutura (ideias, valores e visões de mundo), debate que tensiona se aquela “determina” essa, provavelmente revisitado pelo leitor em diversos momentos e sob diferentes instrumentos teóricos, pode servir-lhe como ponto de partida ao debate que propomos aqui, desde que reconheça que, no lugar da “determinação econômica” há “condição socioeconômica”, e que os fluxos de sentido que partem de um polo a outro, isto é, das nossas pulsões e assimilações subjetivas às intimações do meio social e econômico (que na verdade é constituído por diferentes esferas de existência), e vice-versa, realizam-se numa reciprocidade, agora como diria Max Weber, acerca da *ação social*. Vamos resgatar alguns conceitos clássicos da sociologia conforme tratamos de nosso objeto de estudo, transitando a lente paradigmática do materialismo histórico, da sociologia compreensiva e do modelo orgânico de sociedade⁴. De saída, este nosso objeto de estudo é o consumo, fruto das condições materiais de existência, e fruto das condições simbólicas desta mesma existência; ora remete-se a um objeto que é “mais material”, um carro que me conduz à escola, por exemplo, ora a um objeto “mais simbólico”, o que poderia ser este mesmo carro que não é um carro qualquer aos olhos dos outros, ou porque é neste carro que eu consumo conversas com amigos, notícias, músicas etc., ou seja, é possível que num só objeto as dimensões materiais e simbólicas funcionem

⁴ As referências aos autores clássicos da sociologia, a saber, Durkheim, Marx e Weber, com alguma exceção no caso de Marx, estão inscritas, neste artigo, numa única obra referenciada ao final (AZEVEDO, 2017).



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

conforme a fruição dos seus benefícios sentidos na vida de relação. O capital é, assim, estendido, como queria Pierre Bourdieu (1987), do econômico ao social, passando pelo cultural e pelo simbólico, numa reciprocidade de capitais. Por práticas de consumo, entenderemos essas duas formas básicas de consumo, material e simbólico, a partir das quais o consumo se realiza na vida cotidiana sem que nos pareça absolutamente claro quando começa uma dimensão e quando termina a outra; quando começa o consumo material, que é simbólico, e quando termina o simbólico, que tem uma materialidade, ainda que mais sutil, vamos dizer assim, como a capilaridade elétrica e eólica das imagens mediáticas e do imaginário (BAITELLO JR., 2010). O título deste artigo, por isso, ou o subtítulo, em especial, é uma armadilha: induz a uma resposta que não considera os princípios místicos e de conexão da nossa imaginação, nem do nosso objeto, empiricamente falando, que é, em verdade, o Programa Bolsa Família (PBF) nas práticas de consumo; o subtítulo insinua-se com a pergunta: “reprodução da sociedade capitalista, ou emancipação política?”. A “pegadinha”: a palavra “ou”, o que faz da conjunção das palavras uma conjunção alternativa, quando na verdade deveria ser aditiva. O mais correto, então, e talvez menos sedutor seria: “O Bolsa Família nas práticas de consumo: reprodução da sociedade capitalista e emancipação política”, uma afirmação/constatação baseada na hipótese de que é sob esses dois sentidos, fundamentalmente, que o Bolsa Família afeta a sociedade brasileira. Ademais, a noção de “emancipação política” em Marx difere da noção de “emancipação humana” exatamente nesse aspecto; se é política, não é definitiva, ou seja, não significa o fim da sociedade capitalista e a emancipação efetiva do homem; o que faz da nossa pergunta um equívoco teórico programado, pois não é possível que a emancipação política supere a reprodução do sistema capitalista por si só.

Nosso objetivo, portanto, será justamente mostrar alguns aspectos deste Programa de Transferência de Renda, designado Bolsa Família, nas práticas de consumo, ora como forma de reprodução da sociedade capitalista, ora como forma de emancipação política. Para isso, lançaremos mão de alguns conceitos clássicos da sociologia, como a burocracia em Weber, o princípio de integração funcional em Durkheim, e a emancipação política em Marx, além de estabelecer diálogo com autores caros aos estudos de comunicação e consumo, como García-Canclini e Baccega, e autores caros ao campo do Serviço Social, como Aldaíza Sposati, Walquiria Rego e Leão Pinzani, esses dois últimos, apresentando à área importante contribuição com pesquisa empírica que tratou de algumas “Vozes do Bolsa Família”. Este artigo refere-se, ainda, a algumas reflexões de nossa tese de doutorado,



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

que tratou da questão da segurança de renda como direito de proteção social do cidadão brasileiro (CARNELOSSI, 2017). Como exercício retórico e pedagógico, usaremos por vezes expressões do tipo: “diante disso, Marx diria tal coisa”, solicitando-se ao leitor nossas escusas por eventuais usos demasiadamente desviados de alguns desses conceitos centrais do pensamento sociológico, e introdutórios às ciências sociais, de modo geral, incluindo as ciências da comunicação e do consumo, que é o campo de inscrição principal deste artigo.

O Bolsa Família nas práticas de consumo como reprodução da sociedade capitalista

O Bolsa Família, enquanto Programa de Transferência de Renda, foi integrado à *estrutura burocrática* ou *racional legal* do Estado brasileiro através de lei federal regulamentada pelo decreto nº 5209, de 17 de setembro de 2004. Desde então, insere-se no Estado como forma de dominação (não necessariamente autoritária, diria Weber, mas com assentimento do outro, no caso a família beneficiária). No âmbito da gestão do PBF, que se realiza de forma descentralizada entre os entes federativos (União, Estado e Município), o controle das famílias beneficiárias é extremamente racionalizado e baseado no cálculo. Pode-se dizer que, aí, onde a apropriação capitalista é racionalmente efetuada, tanto a ação do gestor do Programa é racionalmente calculada, quanto as ações do beneficiário, em termos do capital, das mercadorias, das transações, do dinheiro, etc. Assim Weber entendia a burocracia: como forma de dominação, mas ao mesmo tempo como a mais adequada forma de organização provida pelo Estado e pela empresa moderna. O PBF encontra aí, no sistema burocrático do Estado brasileiro, legitimidade na crença da justiça da lei e no reconhecimento de sua necessidade: ataca frontalmente a pobreza, como ausência de escolha e acesso a bens materiais e simbólicos, ao atender famílias de baixíssima renda, como veremos no tópico seguinte, o que pode significar um tipo de emancipação política nos termos marxianos; se se trata de emancipação política, sem dúvida estaremos considerando essa emancipação no horizonte construído pela própria racionalidade burocrática do Estado, sob forma de reprodução do sistema capitalista.

Em maio de 2017, o valor médio do benefício era R\$ 180,40 (MDS/SAGI, 2017), valor esse destinado, mensalmente, ao atendimento das famílias em condição de pobreza e miserabilidade; mas não basta essa condição para se ter acesso ao benefício, ou a essa condição impõe-se o suprassumo da *racionalidade burocrática* e da *integração funcionalista* (Durkheim) do sujeito à máquina estatal e informatizada. É preciso que o responsável familiar se cadastre junto ao serviço público (o Centro de



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Referência de Assistência Social, o CRAS) e submeta-se a um rigorosíssimo controle de suas ações individuais, entendidas aqui não como simples comportamentos individuais observados, vigiados, controlados, mas como o “modelo social” imposto pelo Estado e que fundamenta o comportamento individual dos membros dessas famílias – uma *ação social*, portanto (Weber). Para ilustrar o modelo social dessa gestão de benefícios monetários e dissociados do mercado de trabalho – donde se localiza uma de suas dimensões emancipatórias –, a família só recebe o benefício se, por exemplo, estiver dentro de dado “perfil de renda”, e cumprir certas condicionalidades ligadas às áreas de Saúde e Educação; de um lado, o da Saúde, é preciso que os responsáveis da família levem as crianças menores de 7 anos para tomar as vacinas recomendadas pelas equipes encarregadas, e para pesar, medir e fazer o acompanhamento do crescimento e do desenvolvimento de seus corpos; de outro, o da Educação, é preciso que os “filhos”, crianças e jovens de 7 a 16 anos, frequentem escolas com uma regularidade mínima de presença (85%), caso contrário, perdem o benefício. Isso revela, de um lado, as “vantagens técnicas da organização” do Estado, uma dimensão de cálculo complexo, digitalizado, “anônimo” – elevação no nível de eficiência de suas atividades – que, ao envolver a composição familiar e a renda aferida pela família, as suas “ações sociais” devidamente controladas, revelará, de outro lado, um processo de “desumanização” correspondente à aplicação de critérios estritamente objetivos e racionais, quase que ao sabor pleno da máquina⁵. Assim, a família beneficiária que, mesmo tendo as razões mais plausíveis para um eventual descumprimento de dada condicionalidade, ora colocada no meio do caminho ao acesso ao dinheiro, perde o acesso a esse benefício que, como veremos no tópico seguinte, extrapola o utilitarismo do consumo material, ou de simples nutrição do corpo, em direção a uma inclusão social que se dá também pela intersecção das práticas de comunicação com as de consumo – fruição simbólica – e pela racionalidade presente nas ações sociais dos beneficiários, o que é central à maneira como, por exemplo, Baccega e Canclini consideram o consumo ligado à cidadania.

O instrumento de gestão principal do PBF é o CADÚnico – Cadastro Único de Programas Sociais –, cujo objetivo é identificar as famílias de baixa renda, entendidas como aquelas que têm renda mensal de até meio salário mínimo por pessoa, ou renda mensal de até três salários mínimos por família. O valor do salário mínimo em 2017 era de R\$ 937,00. O CADÚnico, como expressão máxima da burocratização da gestão do PBF, envolve a sistematização de várias informações das condições de vida das famílias pobres, então agrupadas em diversas categorias, tais como: “vulnerabilidade”,

⁵ Esse fenômeno seria compreendido por Sposati (2011) como robotização do social.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

“educação”, “mercado de trabalho”, “disponibilidade de recursos”, “bem-estar infantil” e “condições habitacionais”. Vale dizer que essas condições devem ser devidamente comprovadas pela família mediante a apresentação de documentos oficiais, o que configura mais uma condição imposta pelo Estado, que prevê o assentimento do beneficiário e a sua disposição de se integrar ao sistema; cabe a ele encontrar meios e recursos que lhe permitam comprovar essa *integração funcional* (Durkheim), cujo princípio de interdependência está associado à formação de um *consensus* funcional relacionado à correta reprodução das normas pré-estabelecidas pelo Programa, no horizonte da simples reprodução do sistema capitalista. No modelo orgânico de sociedade apresentado por Durkheim, “o indivíduo envolvido nesse conflito deverá, ele próprio, encontrar meios e recursos que lhe permitam a integração no novo ambiente, mas preservando suas características pessoais” (AZEVEDO, 2017, p. 120). Não é por acaso que a Educação aparece na gestão do PBF enquanto obstáculo/condição ao benefício monetário, a fim de que os filhos das famílias pobres possam integrar-se a uma determinada vida moral e social (coesão social para Durkheim). Se para esse sociólogo, ensinar implica ensinar a ter autoridade, a conseguir ser “senhor de si mesmo”, para Marx, este ensinar deveria ser crítico e assim possibilitar ao sujeito refletir e agir politicamente. Já Weber diria que, aí, nessa complexa gestão do PBF, não haveria outro tipo de dominação mais legítima, se comparada às estruturas de dominação tradicional ou patriarcal e às estruturas carismáticas. Para Marx, essa estrutura burocrática ou racional legal da gestão do PBF não significaria senão um sinal distante da “emancipação humana” por ele sonhada, compreendendo este sinal como instrumento de “emancipação política” possível, justamente porque se dá através do acesso ao consumo (dinheiro) dissociado do mercado de trabalho (assalariado). Nesses sentidos todos, o Bolsa Família incide nas práticas de consumo como instrumento de reprodução da sociedade capitalista.

Para Weber, a empresa capitalista do Ocidente é uma “organização industrial racional” baseada na contabilidade racional (previsão e planejamento); aparecem aí, em suas análises do universo burocrático e do espírito do capitalismo, os conceitos de cidadão e de burguesia, e o proletariado como classe, somente porque existe “trabalho livre institucionalizado”. A racionalidade implantada com o capitalismo não afeta apenas as atividades econômicas, mas cada uma das modalidades de ação, as diversas “esferas de existência”, a saber, a econômica, a política e a doméstica, como dizia Weber. Assim, Marx também diria sobre o PBF que, ao possibilitar que famílias tenham acesso ao dinheiro dissociado da exploração da sua força de trabalho, isto que seria um tipo de emancipação política, reduz



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

o homem, por um lado, “a membro da sociedade burguesa, a indivíduo egoísta independente, e, por outro, a cidadão, a pessoa moral” (MARX, 2010, p. 54). Talvez Durkheim concordasse com essas leituras, ainda mais vendo o Estado controlar as formas de integração das individualidades na sociedade, tendo como centro de gravidade a Educação; para ele, é o Estado quem deveria controlar a Educação, já que é por meio dela que se forma o cidadão. “Consumidores e cidadãos”, eis o título de obra amplamente citada de Néstor García-Canclini (2010), e que expressa a dupla identidade do consumidor moderno, que agora podemos considerar na análise do Bolsa Família, enquanto instrumento socioeconômico de emancipação política.

O Bolsa Família nas práticas de consumo como emancipação política

Marx acreditava que a emancipação social e humana só estaria plenamente realizada quando o homem tivesse recuperado para si o cidadão abstrato, e tornando-o genérico na qualidade do seu trabalho individual, das suas relações individuais, reconhecendo-se e organizando-se a partir de suas próprias forças – que são forças sociais. Apostava, nós sabemos, numa sociedade socialista em que fosse possível a associação livre de homens livres, sem qualquer tipo de compra e venda da força de trabalho. Nesse sentido, o Bolsa Família, ao prover o acesso ao dinheiro dissociado do mercado de trabalho (dessas trocas econômicas), incidiria nas práticas de consumo das famílias beneficiárias como instrumento de emancipação política, que se expressa pela cidadania e pela democracia; e, claro, pelas práticas de consumo que localizamos atreladas a essas dimensões. Tratar-se-ia de considerar, aqui, numa leitura marxiana em nada ortodoxa, o impacto que o PBF tem sobre esta ideia de emancipação política, que não exatamente se traduz em emancipação humana, segundo Netto e Braz (2007), já que esta, sim, é impossível de se realizar sem que haja igualdade socioeconômica, além de igualdade jurídica. Para Marx, a emancipação econômica das classes trabalhadoras seria o objetivo primordial a que todo movimento político deveria subordinar-se como meio, o que nos faz pensar no papel central que o PBF desempenha junto às famílias beneficiárias, ainda que dentro dos limites restritos de uma emancipação política, e não de uma emancipação humana efetivamente conquistada pela emancipação econômica.

Nas palavras de Tonet (2010, p. 27), “a emancipação política, expressa pela cidadania e pela democracia” – acrescentamos, viabilizadas pelo PBF – seria, “sem dúvida, uma forma de liberdade superior à liberdade existente na sociedade feudal, mas, na medida em que deixa intactas as raízes da



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

desigualdade social, não deixa de ser ainda uma liberdade essencialmente limitada, uma forma de escravidão”. Continua o autor: “A inclusão dos trabalhadores na comunidade política não ataca os problemas fundamentais deles, pois eles podem ser cidadãos sem deixarem de ser trabalhadores (assalariados), mas não podem ser plenamente livres sem deixarem de ser trabalhadores (assalariados)” (TONET, 2010, p. 27). Vejamos, aí, nessa citação, e a título de reflexão, a figura dos beneficiários desses programas de transferência de renda, como o PBF, no lugar de “trabalhadores assalariados”. Quanto a isso, vamos nos limitar a dizer que o PBF, também porque visa integrar funcionalmente o indivíduo (no caso os “filhos”) ao mercado de trabalho assalariado (via uma Educação que Marx criticaria nesses termos), é, sim, um instrumento de reprodução do sistema capitalista, como também já vimos se tratar de um instrumento de dominação dentro da racionalidade burocrática da sua gestão pelo Estado; mas cabe insistir, contudo, na ideia de que o PBF incide nas práticas de consumo como “emancipação política”, pensando a política de modo mais amplo e diretamente ligada às práticas de comunicação e consumo, à política do cotidiano, que se confunde com uma poética cotidiana.

Em dezembro de 2017, o número de famílias beneficiárias do PBF foi de 13.828.609, o que corresponde a 25% da população brasileira (MDS/SAGI, 2017). Esses números indicam uma abrangência desse tipo de transferência de renda sem precedentes em todo o mundo.

Sob nossa leitura, ao contrário de negar ou demonizar o papel do consumo promovido pelo acesso ao dinheiro dissociado do mercado de trabalho (discurso da meritocracia), esta reflexão busca tratar do consumo sob a perspectiva de pesquisadores como Canclini, Baccega, e Rego e Pinzani, que entendem o consumo como fenômeno indispensável à formação de um sujeito capaz de participar criticamente da sociedade, ou seja, capaz de pensar-se a si mesmo e nas suas ações/escolhas que realiza nas suas diversas esferas de existência; o sujeito torna-se um cidadão, à medida que as práticas de consumo atendem a uma emancipação política, tanto no sentido convencional/oficial da palavra, quanto em sentido amplo, oficioso, isto é, em suas expressões não institucionais e cotidianas de comunicação e consumo.

Como aponta Baccega, a formação do cidadão crítico passa necessariamente pela reflexão do consumo, ou, em outros termos, “para que o sujeito consiga ser atuante na construção de nova realidade social, é imprescindível que tenha condições de se relacionar reflexivamente com o consumo” (BACCEGA, 2014, p. 54). Se nos limitarmos a considerar o consumo estritamente no plano da reprodução do sistema capitalista, parece justo que todos tenham acesso ao consumo e da forma mais



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

igualitária possível, o que Marx diria ser impossível, tendo em vista que as desigualdades sociais não seriam frutos de distorções do sistema, mas parte da sua própria lógica. A sociedade capitalista está organizada de tal maneira que, de um lado, se acumulam todas as riquezas, os capitais; e, de outro, expande-se miséria, fome e analfabetismo da população. Capital, moeda, divisão do trabalho, mais-valia, propriedade privada... Fazem parte do cotidiano desde a Revolução Industrial e são realidades presentes no contexto globalizado da chamada sociedade da informação, estágio atual do capitalismo contemporâneo (AZEVEDO, 2017). Todavia, é possível ainda vincular o consumo com a cidadania, e, nesse sentido, ao consumo e à cidadania, vincular a ideia de “emancipação política”, se, como propõe Canclini (2010):

[...] desconstruirmos as concepções que julgam os comportamentos dos consumidores como predominantemente irracionais e que somente veem os cidadãos atuando em função da racionalidade dos princípios ideológicos. Com efeito costuma-se imaginar o consumo como lugar do suntuoso e do supérfluo, no qual os impulsos primários dos indivíduos poderiam alinhar-se com estudos de mercado e táticas publicitárias. Além disso, reduz-se a cidadania a uma questão política, e se acredita que as pessoas votam e atuam em relação às questões públicas somente em razão de suas convicções individuais e pela maneira como raciocinam nos confrontos de ideias. Esta separação persiste ainda nos últimos textos de um autor tão lúcido quanto Jürgen Habermas, quando faz a autocrítica ao seu velho livro sobre o espaço público buscando “novos dispositivos institucionais adequados para se opor à clientelização do cidadão” (CANCLINI, 2010, p. 35).

Canclini (2010, p. 13) propõe, ainda, que reconhecer as transformações da sociedade de consumidores e cidadãos não significa prognosticar a dissolução da cidadania nas práticas de consumo; mas considerar que “a noção política de cidadania se expande ao incluir direitos de habitação, saúde, educação e a apropriação de outros bens em processo de consumo”; e, no caso do PBF, inclui o acesso a uma quantidade de dinheiro que, embora pouco possa fazer frente aos índices de desigualdade socioeconômica⁶, ainda assim significa muito aos agentes sociais instados a uma categoria de extrema pobreza.

Diante da expansão de direitos conquistados nas tensões existentes entre o Estado e a *sociedade civil*, participação política, mercado e justiça distributiva, especialmente daqueles direitos relacionados

⁶ A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD Contínua) revela importantes índices de desigualdade socioeconômica: em 2017, “os 10% da população com os maiores rendimentos detinham 43,3% da massa de rendimentos do país, enquanto a parcela dos 10% com os menores rendimentos detinha 0,7% desta massa”; As pessoas que faziam parte do 1% da população brasileira com os maiores rendimentos recebiam, em média, R\$ 27.213, em 2017, valor que representa 36,1 vezes o rendimento médio dos 50% da população com os menores rendimentos (R\$ 754). Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/20843-pnad-continua-10-da-populacao-concentravam-quase-metade-da-massa-de-rendimentos-do-pais-em-2017.html>>. Acesso em: 15 abr. 2018.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

ao acesso ao dinheiro dissociado do trabalho (assalariado), na forma de benefícios sociais providos pelo Estado, entendemos que essa expansão de direitos acena a uma racionalidade burocrática que pressupõe um tipo de desmercadorização do próprio dinheiro, ainda que continue a ser uma forma de dominação (a mais legítima e apropriada ao Estado, numa leitura weberiana); na contramão das críticas mais apressadas que entendem que a cidadania não é lugar do consumo, o consumo proporcionado pelo Bolsa Família revela uma compreensão do consumo enquanto necessidade a ser atendida numa perspectiva cidadã, isto é, remetida pela composição de direitos civis, políticos e sociais (MARSHALL, 1967). Nesse sentido, considerando as críticas normalmente dirigidas aos programas de transferência de renda, em especial ao PBF e pautadas num discurso recriminatório da inclusão social e cidadã pelo consumo, entendemos ser de extrema importância aprofundar a análise da relação entre consumo e cidadania; ou entre as práticas de consumo possibilitadas por esse Programa de Transferência de Renda e um senso de emancipação política, como tentamos realizar aqui. É válido, então, lembrar como Canclini considera o consumo no seio dos processos socioculturais, “não como simples cenário de gastos e impulsos irracionais, mas como *espaço que serve para pensar*, e no qual se organiza grande parte da racionalidade econômica, sociopolítica e psicológica nas sociedades (CANCLINI, 2010, p. 14, grifo nosso).

Essa perspectiva sobre o consumo possibilita enxergar a *ação social* (Weber) do consumo nas famílias beneficiárias como uma *ação racional* que se dá na produção de sentido sobre determinados fins, valores, afetos e emoções, e tradições, e não como simples ação irrefletida. Ademais, a burocracia tem um caráter “racional”, cujas regras, meios, fins e objetivos tendem a destruir as estruturas de domínio que não tenham esse mesmo caráter. Tal suposta racionalização generalizada da existência permitiria que somente uns, e não todos, ou não aqueles “consumidores falhos” taxados por frouxidão e negligência (BAUMAN, 2008), gozassem das práticas mais entorpecedoras e lúdicas do consumo. Esconde-se aí, afinal de contas, uma ideologia de classe, a dominante, que visa controlar a fruição dos mais pobres.

O conceito de cidadania é a outra face do consumo (BACCEGA, 2010), e não há porque não considerar que o consumo seja uma instância própria da nossa condição de pensamento, seja numa perspectiva biológica – dado que consumimos para sobreviver –, seja numa perspectiva sociocultural – dado que consumimos para nos integrar em sociedade. E nosso pensamento, antes de ser lógico-empírico, racional, é mítico-mágico, simbólico. O consumo, ou, como preferimos, a consumação



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

(OLIVEIRA, 2018), indica essa dimensão mais rica do consumo, porque mitológica, forjada na nossa própria trajetória antropológica e cotidiana.

Na perspectiva sociocultural do consumo, quando selecionamos os bens e deles nos apropriamos, desenhamos na sociedade o que nos parece publicamente valioso, os modos de nos integrarmos e nos distinguirmos, combinando o pragmático e o aprazível. Como lembra Canclini, citando Douglas e Isherwood (2013), “as mercadorias servem para pensar” (CANCLINI, 2010, p. 65), o que fica nítido concluir a partir de pesquisa empírica realizada por Rego e Pinzani, de um lado, e por Coelho e Melo, de outro, que tratam dos impactos do PBF na vida das famílias e, em especial, das mulheres beneficiárias.

Essas pesquisas revelam que o acesso ao dinheiro é o primeiro passo do autogoverno pessoal, permitindo às mulheres beneficiárias do PBF um mínimo de programação de suas próprias vidas. Nas palavras dos pesquisadores, com o dinheiro do Bolsa Família, “o direito de escolha se exerce desde a esfera mais ampla da programação da própria vida até a possibilidade de escolher entre comprar de um tipo de alimento mais que de outro, de uma roupa, de um creme para cabelo e assim por diante” (REGO; PINZANI, 2013, p. 195). Segundo os pesquisadores, todas as mulheres entrevistadas usam o dinheiro na compra de gêneros alimentícios básicos, como arroz, farinha, feijão, macarrão, “mistura” (carne bovina, de frango, linguiça, ovo etc.). E é justamente sobre a escolha do consumo de alimentos que Coelho e Lima (2017) analisam o impacto do PBF na qualidade da dieta das famílias do estado de Pernambuco, concluindo que as famílias beneficiárias do PBF passaram a consumir alimentos mais saudáveis em comparação com as famílias não beneficiárias. Conforme apontam os autores, “os resultados corroboram a eficácia do PBF em elevar a qualidade da dieta das famílias, principalmente quanto à redução de gordura e sódio, e aumento da variedade” (COELHO; LIMA, 2017, p. 393). Outros usos do dinheiro, que também comprovam a ação racional pelo consumo, referem-se à compra de roupa, material escolar, remédios, chinelos para ir à escola, além de inovações na dieta alimentar, como a compra de produtos como bolacha, iogurte e macarrão de pacote (REGO; PINZANI, 2013).

Essas pesquisas empíricas indicam que as práticas de consumo das famílias beneficiárias têm se mostrado racionais e funcionais à sobrevivência material primária, direcionada a suprir as necessidades calóricas fundamentais à existência biológica da vida. A liberdade de escolha nas práticas de consumo, propiciada pelo acesso ao dinheiro, evidencia, segundo Rego e Pinzani (2013, p. 196), em diálogo com Amartya Sen (1984, p. 173), que “nossa humanidade repousa fundamentalmente no



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

exercício permanente de escolha”. Nesse processo, a partir do qual o acesso ao dinheiro coloca o “desafio” de lidar com novas situações e possibilidades, o consumo transcende os impactos meramente materiais de sobrevivência biológica, pois ao fomentar o pensar e o programar acaba por gerar impactos psicológicos significantes, de ordem profundamente simbólica. Tal como observam Rego e Pinzani, a compra de um batom ou creme de cabelo por uma mulher do sertão pobre, por exemplo, é muito mais que material, tem uma representação simbólica, que repercute numa mudança profunda na estrutura sentimental das beneficiárias. O aumento da autoestima, ainda que tímido, aponta níveis de autonomização nunca antes experimentados.

Reconhecer as práticas de consumo também como ação racional com relação a fins determinados pelo sujeito, ação racional que pode se dar com relação a valores (crenças religiosas, estéticas ou éticas), a afetos e emoções, a tradições etc., é admitir que o conceito de consumo pressupõe, como a outra face, o conceito de cidadania. Baccega (2010, p. 61), então, apresenta três passos indispensáveis à cidadania plena. 1) que o sujeito tenha consciência de que é sujeito de direitos; 2) que tenha conhecimento de seus direitos, ou seja, que sejam a ele oferecidas essas condições de acesso a esse conhecimento; e 3) que sejam a esse sujeito adjudicadas as garantias de que ele exerce ou exercerá seus direitos sempre que lhe convier. E aqui ela destaca, citando Canclini: “não apenas os direitos tradicionalmente reconhecidos pelo Estado, mas também seu direito ao exercício das práticas sociais e culturais que [lhe] dão sentido de pertencimento e possibilitam sua participação em múltiplos territórios, permitindo-lhe o desenho de suas identidades”. Entre esses direitos, continua, “está o de consumir, sejam bens materiais, sejam bens simbólicos”. É, portanto, nas práticas de consumo que se constrói parte da racionalidade integrativa e comunicativa de uma sociedade, e é sobre essas práticas que o PBF atua em direção a um tipo de emancipação política. O aspecto comunicativo do consumo, através dos acessos que dá o acesso ao dinheiro, também se destaca na análise das beneficiárias do PBF, pois, como mostram Rego e Pinzani (2010, p. 208), o acesso ao dinheiro “exige, para se realizar, circulação das pessoas de fato e em potência, isto é, traz consigo imperiosamente a necessidade de contato maior com o mundo, sobretudo no caso das mulheres que estamos analisando [...]”. Conforme uma das mulheres entrevistadas:

Ah! O dinheiro da bolsa me tirou de casa! Agora tenho de sair da toca mesmo. Vou às compras, experimento alguma coisa que não conhecia. Outro dia comprei pros meninos iogurte e macarrão (Dona Maria Joaquina, de 24 anos e mãe de cinco filhos) (REGO; PINZANI, 2010, p. 208).



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Outro aspecto do consumo que facilmente expressa sua dimensão comunicativa e simbólica refere-se aos gastos direcionados aos rituais e celebrações, às ações racionais com relação a valores, afetos e emoções, e à tradição: o gasto com um presente de aniversário, uma oferenda ao santo padroeiro etc. Nesses casos, a ação racional com relação ao consumo, em diferentes esferas de existência que se revelam novas, inclusive, à “nova consumidora”, mostra como o consumo se realiza na ordem dos trajetos do sentido, cujos significados, segundo Canclini (2010), regulam a vida.

Essa consideração sobre o consumo dista, mais uma vez, da ideia preconceituosa e elitista que julga o consumo dos pobres como um ato meramente irracional, como, por exemplo, a ideia que relaciona aos beneficiários de programas de transferência de renda o uso do dinheiro do benefício para o consumo de bebidas alcoólicas. Nesse sentido, Canclini afirma que o crescimento da renda, a expansão e as variedades das ofertas de mercado não bastam para que os membros de um grupo atirem-se irrefletidamente sobre as novidades, ou, nesse caso estigmatizado, às vicissitudes, pois, em suas palavras, “o desejo de possuir ‘o novo’ não atua como algo irracional ou independente da cultura coletiva a que se pertence” (CANCLINI, 2010, p. 66); e nós sabemos como esta cultura do consumo em nada se limita aos processos de racionalização das trocas econômicas e das relações sociais.

Sob nossa leitura, as críticas que se levantam contra o consumo, demonizando-o, ou contra o acesso ao consumo, mediante benefícios sociais, é que mereceriam o julgamento crítico passível de demonização. Como registrado em maio de 2017, o valor médio nacional do Bolsa Família era de R\$ 180,40 reais por família com renda *per capita* de até R\$ 170 reais, ou seja, a renda propiciada pelo Programa corresponde a 20% do valor do salário mínimo vigente no mesmo período, cotado em R\$ 937 reais, valor este que também é insuficiente se comparado ao salário mínimo necessário, previsto pelo Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (Dieese), calculado no valor de R\$ 3.899,66. Segundo esses dados, o valor do salário mínimo vigente pelo governo brasileiro corresponde a 24% do valor mínimo necessário para suprir as práticas de consumo mais elementares. A criminalização do consumo atrelada à distribuição de renda do PBF pode ser vista, portanto, como escandalosa, ainda quando nos damos conta de que esse montante mensal destinado às famílias representa algo em torno de apenas 4% do valor do salário mínimo ideal para uma “vida para o consumo” mais digna.



COMUNICON2018
congresso **internacional**
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Considerações finais

Como demonstramos neste artigo, o Bolsa Família pode ser observado, com relação às práticas de consumo, tanto do ponto de vista da reprodução do sistema capitalista, quanto da emancipação política que vincula o consumo à cidadania.

Compreender que qualquer cidadão tenha acesso a bens de consumo implica apostar na ação social do consumo, que tem a ver com a capacidade de autogovernar-se e, portanto, com uma autonomia relativa diante das diversas coerções sociais. Neste caso, a condição de pobreza, considerando-a em sua multisetorialidade, mas fundamentalmente em sua característica de “ausência de opções” por parte do indivíduo pobre, pode ser atacada a partir do acesso à renda dissociada do mercado de trabalho, o que faz o Bolsa Família, ainda que com todas as suas condicionalidades. São histórica e culturalmente reconhecidas na sociedade brasileira as práticas de doações de bens de consumo aos mais pobres, que portanto não escolhem o que recebem e, assim, não escolhem suas formas de identificação próprias. Nesse contexto, acreditamos que o impacto do acesso ao dinheiro dissociado do mercado de trabalho, entenda-se, a condicionada transferência de renda do PBF, possibilite, ainda assim, um exercício de direito ao consumo, que incide diretamente na superação desse tipo de pobreza. É uma emancipação política legítima dentro da racionalidade burocrática do sistema capitalista.

Referências

AZEVEDO, José Eduardo. et al. **Introdução às Ciências Sociais**. São Paulo: Évora, 2017.

BACCEGA, M. A. Comunicação e Consumo. In: CITELLI, A. et al. (Org.). **Dicionário de comunicação: escolas, teorias e autores**. São Paulo: Contexto, 2014, p. 53-65.

_____. Comunicação/educação: relações com o consumo. Importância para a constituição da cidadania. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 7, n. 19, p. 49-65, jul. 2010.

BAITELLO JR., N. **A serpente, a maçã e o holograma**. Esboços para uma Teoria da Mídia. São Paulo: Paulus, 2010.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

BOURDIEU, Pierre. **What makes a social class?** On the theoretical and practical existence of groups. *Berkeley Journal of Sociology*, n. 32, p. 1-49, 1987.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

CARNELOSSI, Bruna. **Segurança de renda**: direito de proteção social do cidadão brasileiro. 2017. 178 f. Tese (Doutorado em Serviço Social) – Pontifícia Universidade Católica, São Paulo, 2017.

COELHO, Pedro Lima; MELO, Andrea Sales Soares de Azevedo. Impacto do Programa “Bolsa Família” sobre a qualidade da dieta das famílias de Pernambuco no Brasil. **Ciência & Saúde coletiva**, Rio de Janeiro, v. 22, n. 2, p. 393-402, fev. 2017. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/csc/v22n2/1413-8123-csc-22-02-0393.pdf>>. Acesso em: 14 abr. 2017.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens**: para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 2013.

DURAND, G. **Les structures anthropologiques de l’imaginaire**: introduction à l’archétypologie générale. Paris: Dunod, 2016.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Tradução de Maurício Santana Dias. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2010.

MARSHALL, Thomas Humprev. **Cidadania, classe social e status**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1967.

MARX, Karl. **Glosas críticas marginais ao artigo “O rei da Prússia e a reforma de social” de um prussiano**. São Paulo: Expressão Popular, 2010.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO SOCIAL E AGRÁRIO. **Relatório de Informações Sociais**. Brasília, DF, 2017.

MORIN, Edgar. **Ciência com Consciência**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010

NETTO, José Paulo; BRAZ, Marcelo. **Economia política**: uma introdução crítica. São Paulo: Cortez, 2007.

OLIVEIRA, Frederico. **Mitosfera do Consumo**: trajetos do sentido e narrativas mediáticas. 2018. 222 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Práticas de Consumo) – Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, 2018.

REGO, Walquiria Leão; PINZANI, Alessandro. **Vozes do Bolsa Família**: autonomia, dinheiro e cidadania. São Paulo: Editora Unesp, 2013.

SEN, Amartya. **Well-being, Agency, and Freedom**. The Dewey Lectures 1984. *Journal of Philosophy*, 82, p. 169-221, 1984.

SPOSATI, Aldáza. Tendências latino-americanas da política social pública no século 21. **Revista Katálysis**, Florianópolis, v. 14, n. 1, p. 104-115, jan-jun. 2011.

TONET, Ivo. **A propósito de “Glosas Críticas”**. São Paulo: Expressão Popular, 2010.