

BIOPODER E COMUNICAÇÃO DE INTERESSE PÚBLICO: o automóvel como objeto de contradição e disputa ¹

BIOPOWER AND COMMUNICATION OF PUBLIC INTEREST: the automobile as object of contradiction and dispute

Leandro Stevens ²

Resumo: Neste artigo pretende-se discutir acerca da comunicação de interesse público pelo conceito de biopoder com o automóvel como objeto de contradição e disputa. As relações de poder na comunicação sobre o automóvel apresentam-se como um tema privilegiado de disputa e nesta relação o automóvel envolve um poder disciplinador que vem desde a exaltação da vida até a lembrança da morte, a primeira incentivada, sobretudo pela publicidade da indústria automobilística e a segunda pela propaganda do Estado resultando em uma série de contradições em seus discursos que definem um paradoxo onde as pessoas desejam tanto exaltar os limites da vida quanto se precaver dos desafios da morte. Nesta relação ganha o consumo e perde a cidadania, visto que o mercado de automóveis apresenta-se cada vez mais consolidado e os problemas relacionados aos carros se mantém.

Palavras-Chave: Automóvel. Interesse Público. Biopoder.

Abstract: In this article we intend to discuss about the communication of public interest using the concept of biopower with the automobile as an object of contradiction and dispute. The Power of the relations in communication about the automobile are presented as a privileged subject of dispute and in this relation the automobile involves a disciplining power that comes from the exaltation of the life until the memory of the death, the first one encouraged, mainly by the publicity of the automobile industry and the second by the State propaganda resulting in a series of contradictions in their discourses that define a paradox where people want both to exalt the limits of life and to guard against the challenges of death. In this relationship gains consumption and loses citizenship, as the car market is increasingly consolidated and the problems related to cars remains the same.

Keywords: Automobile. Public Interest. Biopower.

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho GT 3. COMUNICAÇÃO PÚBLICA E INSTITUCIONAL do VII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VII COMPOLÍTICA), realizado na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), de 10 a 12 de maio de 2017.

² Graduado em Administração e Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda; Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Santa Maria - UFSM, e Doutor em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS. Atualmente é Professor Adjunto do Departamento de Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. leandrostevens@yahoo.com.br

1. Introdução

Este estudo justifica-se ao apresentar a comunicação sobre automóvel como um tema de interesse onde a discussão entre as ações e os discursos são pautas constantes dos veículos midiáticos e, há mais de três décadas, ganham força na agenda da comunicação pública governamental como um dos grandes problemas sociais contemporâneos. Estudar como se dá tal relação comunicacional em torno de um objeto como a comunicação do automóvel auxilia na aproximação do campo social contribuindo para se entender a complexidade da comunicação pública enquanto discursos e ações que pretendem regular, proteger, informar e desenvolver a cidadania.

Para Jörg Beckmann (2004) o automóvel é visto como uma faca de dois gumes: uma tecnologia de risco benéfico. O autor atesta que o carro ameaça seus próprios fundamentos através de processos de reflexividade (auto-referência, autoconhecimento, automonitorização, auto-interpretação e autocrítica) em uma espiral sem fim, alimentado por suas próprias contradições. Os congestionamentos constituem um exemplo dessas contradições: através da promoção ilimitada do consumo individual, cada vez mais o uso do automóvel e não do transporte público é ampliado, ao mesmo tempo em que o Estado se utiliza da economia proporcionada pela venda deste objeto e faz apelos para a responsabilidade coletiva e para a moralidade social, caracterizando um discurso contraditório.

Para Schor (1999) o consumo público do automóvel revela outra contradição desta mercadoria: o consumo individual de uma mercadoria é sua “positividade”, mas o consumo social expressa sua “negatividade”. Ou seja, o consumo individual do objeto como meio de transporte é sua positividade por “encurtar” distâncias economizando tempo e ao promover o prazer em dirigir e dominar a máquina; e a negatividade são todas as possíveis consequências do uso deste produto, como as disputas no trânsito e os acidentes, “um conjunto de relações, que podem gerar um desgaste social expresso na violência e no mal-estar experimentados cotidianamente” (SCHOR, 1999, p. 02).

A contradição ganha mais visibilidade além do uso do automóvel, ela se opera nos discursos que envolvem este objeto onde, por um lado, há a exaltação da vida através dos discursos de liberdade, velocidade e individualidade; e por outro, a lembrança dos acidentes e mortes no trânsito. Estes discursos compreendem a comunicação do automóvel que envolve relações, disputas, acordos entre interesses públicos e privados num jogo de distanciamentos e aproximações entre o Estado e a indústria automobilística.³ Neste artigo pretende-se discutir acerca da comunicação de interesse público pelo conceito de biopoder com o automóvel como objeto de contradição e disputa.

2. Comunicação de Interesse Público

O debate sobre questões referentes a discussão entre o espaço público e o privado é importante para compreendermos relações entre o Estado, a sociedade e instituições. Bobbio (1997) demonstra que aumentando uma das esferas a outra diminuirá, mas tal relação é geralmente acompanhada e complicada por valores contrapostos, onde o primado do público se funda na “contraposição do interesse coletivo ao interesse individual e sobre a necessária subordinação, até à eventual supressão, do segundo ao primeiro, bem como a irreduzibilidade do bem comum à soma dos bens individuais” (BOBBIO, 1997, p.24) e neste primado a intervenção estatal na regulação dos comportamentos individuais deve garantir o interesse público. Para o autor, a distinção público/privado, se duplica na distinção política/econômica, com a consequência de que o primado do público sobre o privado é interpretado como o primado da política sobre a economia. Esta asserção é melhor compreendida quando se analisa a relação de consumo entre a empresa e o indivíduo (relações econômicas), e a relação de controle, fiscalização e desenvolvimento da cidadania entre o Estado e o indivíduo (relações políticas).

As relações que envolvem interesses públicos e privados demonstram potencial de desestabilizar o reconhecimento de si e do outro. O uso do automóvel

³ Discussão que faz parte da tese de doutorado do autor intitulado: O poder e a cultura do automóvel desafiam a vida e a morte na propaganda do Estado e da indústria.

demonstra que indivíduos se dissociam do social no espaço público e utilizam este objeto para seus interesses privados gerando conflitos e prejuízos que devem ser regulados pelo Estado caracterizando o biopoder e que se utiliza de uma rede de comunicação pública, na tentativa de diminuir tais prejuízos (econômicos e sociais).

Para Weber (2011) a capacidade de comunicação (estatal, institucional, política, pública) dos Estados democráticos é realizada de forma estratégica para obter visibilidade pública, promover a prestação de contas, conquistar votos etc. A comunicação midiática também vai disputar versões dos fatos apresentados pelo Estado, assim como as opiniões dos indivíduos e qualquer mediação (mercadológica, educativa, judiciária etc.) e são os temas que acionam e movimentam os debates. “A comunicação pública se constitui a partir do momento em que o interesse público está em jogo e temas (ambiente, ciência, cotas, aborto, salário) circulam em redes instaladas a se manifestar, chegando à mobilização social” (WEBER, 2011, p.105).

Mas a defesa do interesse público não é somente do Estado, mas das organizações privadas. Ela é mais comum na comunicação do Estado democrático visto que esse deve realizar todas suas ações para o interesse público, o interesse geral, para o exercício da cidadania, porém a faz de maneira estratégica para ganhar visibilidade e credibilidade pela formação da imagem pública. Para isso o Estado precisa de uma rede de comunicação com profissionais habilitados e tecnologia avançada, e desenvolve produtos informativos e comunicacionais como o debate público, a propaganda, a prestação de contas (ou *accountability*) etc. envolvendo Tvs, rádios, sites e outros dispositivos de comunicação.

A autora defende que a comunicação pública não pode ser determinada a partir de legislação ou de estruturas, mas é configurada pela circulação de temas de interesse público, nos modos de debater e de sua repercussão. Trata-se da comunicação pública constituída pela abordagem e circulação de temas vitais à sociedade, ao Estado e à política, vinculados a decisões só possíveis na representação política e na esfera dos poderes públicos, mesmo que a comunicação pública também seja realizada de forma estratégica e planejada com o objetivo de criar relacionamento com os diversos públicos e construir uma identidade e uma

imagem dessas instituições, sejam elas públicas ou privadas, em relação a interesses públicos e privados. Alguns estudos atestam que há uma dissolução do espaço público, caracterizado por uma sociedade despolitizada e marcada pela indiferença às questões públicas, onde tudo parece direcionar-se para os objetivos individuais. Esta dissolução da perda do senso comum compromete a capacidade de discernimento e julgamento dos indivíduos.

A comunicação, como a propaganda de utilidade pública do Estado, atua como um mediador das práticas sociais e fazem da realidade sociocultural dos sujeitos, onde o Estado utiliza certas temáticas para produzir campanhas estratégicas para atingir seus objetivos. Este tipo de propaganda trabalha a estimulação do engajamento dos cidadãos na participação da vida pública, respeitando as leis e exercendo a cidadania. Se compreendida, realmente, como processo de comunicação entre a instituição pública e a sociedade, tem como meta o compartilhamento das informações e desempenha o papel fundamental para o exercício da democracia, como responsabilidade do Estado, que deve estabelecer um fluxo informativo e comunicativo com seus cidadãos. Além disso, a propaganda de utilidade pública configura-se como um instrumento de construção da agenda pública e estimula o engajamento da população nas políticas adotadas pelo Estado, através do reconhecimento das ações promovidas e da mudança de comportamento. As relações sociais se dão em relação à recepção e manipulação destes objetos e de suas mensagens. Nota-se na propaganda de utilidade pública do Estado cujo objeto são os automóveis e os acidentes causados pelo uso inadequado deste objeto como um discurso voltado para alertar dos perigos ao dirigir em alta velocidade e da possibilidade da morte e de outras tragédias; por outro lado, a publicidade da indústria automotiva utiliza a velocidade a liberdade proporcionada pelo carro caracterizando o discurso da vida (STEVENS, 2015).

Ambos os discursos supracitados utilizam o automóvel como objeto de extensão do corpo, um objeto que potencializa o corpo humano. Esta comparação entre o corpo e a máquina é exaltada na publicidade da indústria pela estética, o design, o motor e os outros componentes como motivos de admiração que atraem olhares e lisonja ao seu detentor, além de promover a liberdade física (de ir “onde

quiser”) e a liberdade simbólica: um lugar privado (protegido e controlado) no espaço público. Como parte deste poder, o biopoder está nas práticas que são exercidas sobre o corpo. Se o automóvel é o objeto de potencialização deste corpo, sua compreensão acerca desta relação se intensifica. Os discursos são os efeitos destas práticas. Para o autor o discurso também é uma forma de poder que procura se legitimar e institucionaliza o saber. A própria indústria possui seu discurso relacionando poder-saber-verdade através das relações de produção de sentidos pela publicidade e o Estado através da sua superestrutura e propaganda.

No automóvel o corpo tem um abrigo fechado, íntimo e potencializado pelo metal e pela força da máquina, que amplia o poder sobre os outros indivíduos quando utilizado no espaço público. Essa liberdade e individualidade acabam por transformar-se em um comportamento de superioridade social, demonstrando o sucesso de seu dono sustentado pela produção simbólica da indústria que preconiza por este comportamento. No automóvel o indivíduo se mostra resguardado pela armadura metálica, identificando-se com ele de tal maneira que se transformam em extensão de seus corpos e esperam ser reconhecidos pelo carro que possuem, descrevendo-o pela marca, modelo, estilo, nome, ano de fabricação, mecânica, cheiro, barulho e câmbio, onde o veículo passa a ser uma experiência estética e moral.

Este objeto é um instrumento de liberdade e autonomia para frequentar qualquer espaço, dominando o tempo, caracterizando-se como um dos primeiros objetos do consumo que caracteriza o sucesso. O carro caracteriza-se como uma segunda casa, onde podem desfrutar de entretenimento, conforto, climatização, som, telefone etc. Para Thrift (2004) o carro aparece como extensão do corpo em todos os sentidos. A direção baixa para os braços do condutor, o assento levanta para suas dimensões, o controle dos vidros é onde a mão recai na porta, isolamento acústico, a ergonomia projetada ultrapassa o conforto e transforma-se na extensão do corpo. Do mesmo modo, uma fechada é percebida como um esbarrão na rua, como acontece nas relações sociais com imposições, pequenas ameaças, ironia que, no trânsito acontece através das buzinas, piscas e o roncar o motor. Na relação com o automóvel, parece acontecer uma mistura entre corpo e objeto. Para o autor,

inteligência e habilidade são distribuídas entre o indivíduo e o carro de forma cada vez mais inseparável. Não são simples máquinas, mas tem as suas próprias qualidades que, cada vez mais, aproximam sujeito e objeto protegendo, confortando e ampliando suas características e potencialidades.

As mesmas qualidades ora são exaltadas para aproveitar a vida ao seu limite (e ao limite da velocidade), também são apresentados pela propaganda do Estado para alertar sobre os perigos da morte que se tornam mais próximos ao andar em alta velocidade. Silverstone apud Longhurst; Carrabine (2002) descreve que os objetos podem ser utilizados de diversas maneiras com intenções variadas promovendo significados múltiplos. Para diminuir os possíveis malefícios sociais do uso do automóvel, o Estado desenvolve diversos meios para o controle dos indivíduos que, por sua vez buscam outros para burlar a fiscalização deste.

3. Estruturas de Controle e Fiscalização

Bernardo Sorj (2001) argumenta que, de modo geral, no decorrer dos anos, o Estado brasileiro foi assumindo um papel cada vez mais intervencionista, buscando políticas de controle da atividade econômica e compensando as consequências negativas do crescimento econômico, enquanto os indivíduos encontraram no consumo às condições básicas de vida, onde o acesso aos bens de consumo aparece como uma condição de sociabilidade e bem-estar básico.

Para garantir o controle sobre os desdobramentos do consumo, o Estado passa a disciplinar e punir o indivíduo com comportamento contrário às normas por ele impostas, controlando, pela força se necessário. Assim, as consequências do uso do automóvel promoveram diversas mudanças políticas para manter a ordem social. O Estado desenvolveu no decorrer dos anos todo um regramento para a educação no trânsito, para sua sinalização, engenharia de tráfego, operação de fiscalização e policiamento, classificação dos veículos, da segurança dos veículos – sobretudo seus itens obrigatórios, da identificação dos veículos, do registro de veículos, do licenciamento, da condução, da habilitação, das infrações (leve, grave,

gravíssima) e das punições multa, prisão, medidas administrativas, autuação, julgamento de crimes de trânsito etc.

Se por um lado o automóvel é um dos objetos que promoveu o crescimento econômico no século XX e XXI, criando um complexo de associações indústrias e acordos, por outro lado, o seu uso necessitou uma complexa rede para que ele pudesse ser produzido, vendido e mantido em circulação unindo carros, motoristas, organizações de aquisição (como as concessionárias, fábricas, revendas etc.); de manutenção e abastecimento (borracharias, oficinas mecânicas, postos de combustíveis, lojas de autopeças etc.); estruturas de circulação (estradas, sinalização, postos de pedágio etc.); sistema de fiscalização (polícias rodoviárias, guardas de trânsito, controladores de velocidade etc.).

Esta rede modificou as cidades e suas conexões, e demandam do Estado um grande investimento de pessoas e instituições para que ele possa controlar e fiscalizar o seu uso e, assim, promover o desenvolvimento econômico que ele possibilita. Foi a partir de conflitos entre o crescente número de usuários que o Estado se viu na obrigação de criar normas que ordenassem o sistema de trânsito regulando a indústria e os usuários. Assim, as instituições possuem objetivos e atuações específicas e todos devem fazer cumprir o atual Código de Trânsito Brasileiro (CTB) Lei 9.503 de 1997, que regulamenta o uso deste objeto.

A Política Nacional de Trânsito, prevista no Código de Trânsito Brasileiro, que incumbe o Sistema Nacional de Trânsito propor e o Conselho Nacional de Trânsito de estabelecer suas diretrizes, deve estar adequada com as políticas estabelecidas por outros Conselhos Nacionais, principalmente com o Conselho das Cidades, órgão colegiado que reúne representantes do poder público e da sociedade civil e que tem por foco o desenvolvimento urbano e regional, a política fundiária e de habitação, o saneamento ambiental, o trânsito e o transporte e mobilidade urbana, além do Conselho Nacional do Meio Ambiente (CONAMA) e do Conselho Nacional da Saúde. A Política Nacional de Trânsito considera um conjunto de fatores históricos, culturais, sociais e ambientais que caracteriza a realidade brasileira. A partir do cenário assim constituído, a Política em questão integra objetivos e diretrizes que buscam traduzir valores, princípios, aspirações e anseios da sociedade, em busca

do exercício pleno da cidadania e da conquista da dignidade humana e da qualidade de vida plena (DENATRAN, 2004).

Para que este sistema de trânsito tenha subsídios para seu funcionamento é necessário um grande investimento. O Fundo Nacional de Segurança e Educação para o Trânsito (FUNSET), previsto no artigo 320 do Código de Trânsito Brasileiro e criado pela Lei nº 9.602, de 21 de janeiro de 1998, tem por finalidade custear as despesas do Departamento Nacional de Trânsito, relativas à operacionalização da segurança e educação para o trânsito. Sua constituição inclui o percentual de 5% do valor das multas de trânsito arrecadadas pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios. Com relação à receita proveniente das multas de trânsito, sua aplicação deve ser destinada exclusivamente à melhoria do trânsito, conforme dispõe a lei, sendo proibido qualquer desvio de finalidade. Outra fonte refere-se às receitas que cabem à União relativas à repartição de recursos provenientes do Seguro Obrigatório de Danos Pessoais causados por Veículos Automotores de Vias Terrestres (DPVAT). De acordo com o Decreto nº 2.867, de 08 de dezembro de 1998, dos recursos arrecadados pelo DPVAT, cabem à União: 45% do valor bruto recolhido do segurado a crédito direto do Fundo Nacional de Saúde, para custeio da assistência médico hospitalar dos segurados vitimados em acidentes de trânsito; 5% do valor bruto recolhido do segurado ao DENATRAN, para aplicação exclusiva, pelos Ministérios da Saúde, da Educação, do Trabalho, dos Transportes e da Justiça, em programas destinados à prevenção de acidentes de trânsito, nos termos do artigo 78 do CTB e da Resolução do CONTRAN nº 143/03 (BRASIL, 2010a).

Com a criação do novo Código de Trânsito Brasileiro (CTB) em 1997, tanto a União, os Estados e os Municípios fazem parte do Sistema Nacional de Trânsito e cada um deles é responsável por diversas questões em relação à regulação, fiscalização e educação no trânsito. Através do CTB, foi criado o Conselho Nacional de Trânsito (CONTRAN) que visa estabelecer normas regulamentares, coordenar os órgãos, criar câmaras, normatizar procedimentos, aprovar dispositivos de sinalização e equipamentos de trânsito, etc. Este conselho é dividido em: a) Conselhos Estaduais de Trânsito (CETRA) (CONTRANDIFE – do DF); b) Órgão e Entidades Executivos de Trânsito da União, estados, DF e dos Municípios; c)

Órgãos e entidades executivos rodoviários da União, Estados, DF e Municípios; d) Polícia Rodoviária Federal; e) Polícias militares dos Estados e DF; f) Juntas Administrativas de Recursos de Infrações (JARIs). O policiamento e a fiscalização têm o objetivo de fazer o cidadão cumprir as normas legais constantes no CTB. Cada infração cometida corresponde a um comportamento indesejado do condutor ou do pedestre no trânsito, tanto no que diz respeito às regras gerais quanto àquelas impostas pela sinalização.

O objetivo da legislação é, portanto, melhorar a qualidade de vida, através da inibição da prática de infrações, que prejudicam a segurança e a fluidez do tráfego. No entanto, tanto o policiamento de trânsito quanto a fiscalização, deveriam levar em consideração não apenas o aspecto puramente repressivo e punitivo, mas principalmente o caráter educativo, o que muitas vezes não é realizado. Nesse sentido, compete aos Órgãos Executivos de Trânsito Municipais desempenhar as tarefas de sinalização, engenharia de tráfego e de campo, policiamento, fiscalização, aplicação de multas e educação de trânsito (BRASIL, 2010a). Todos os órgãos e instituições que possuem relação com a regulação do automóvel fazem parte da Política Nacional de Trânsito. Ela é conduzida pelo Governo Federal e decorre de debates de organizações governamentais e não governamentais, da sociedade civil organizada e entidades representativas da população que tem o cidadão como seu principal beneficiário e a preservação da vida e do meio ambiente sua maior aspiração e deve criar caminhos e condições para a abordagem das questões do trânsito de forma integrada ao uso do solo, ao desenvolvimento urbano e regional, à mobilidade urbana, ao sistema viário, à educação e ao meio ambiente (DENATRAN, 2004).

Rousseau (2012) demonstra que o fundamento do poder legítimo encontra-se no corpo dos cidadãos, que devem ser considerados como o princípio e o fim do exercício de todo e qualquer poder político. A determinação do interesse coletivo envolve a participação direta dos cidadãos e, para isso, requer conhecimento para a decisão adequada do que melhor atende ao interesse da sociedade. Logo, todo aquele que se recusar a obedecer à vontade geral sofrerá punições estabelecidas pela própria vontade geral.

4. Biopoder

McLuhan (2003) atribuiu ao automóvel o termo “noiva mecânica”. Barthes (apud Baudrillard, 1973) também destaca este objeto com características de erotização, ao apontar como é amorosa a relação entre homem e máquina. Baudrillard (1973) ressalta, ainda, o aspecto feminino que o carro incorpora para maximizar seu poder nas relações de consumo, enfatizando que é preciso ver no carro um objeto-mulher.

Estas definições demonstram como o automóvel está intimamente ligado ao corpo uma vez que o reveste e dá novos atributos. Com o avanço da tecnologia, cada vez mais se usam elementos elétricos e eletrônicos aumentando a simbiose entre homem e máquina. Carro e homem possuem inteligência e capacidade de agir. O corpo humano e o corpo de metal interagem um com o outro, como uma extensão do primeiro. A mão que gira a direção são os pneus que fazem a curva. A propaganda da indústria automobilística costuma utilizar a relação entre corpo e objeto e, por vezes, personifica e humaniza o automóvel. Assim, o controle do automóvel pode ser compreendido como o controle do próprio corpo, se compreendermos este como sua extensão, um local onde o indivíduo sente-se protegido.

O Estado tem o controle sobre a vida e a morte através de ações ligadas diretamente sobre o indivíduo, seja por de leis contra o aborto, instituindo a pena de morte e a vacinação, seja por ações indiretas como as campanhas pelo trânsito seguro e pela preservação da vida. A vida e a morte são fenômenos naturais, mas também de relações de poder do campo político e, para isso o Estado regula, disciplina, educa, fiscaliza e protege o corpo de seus indivíduos. Michel Foucault (1999; 2002; 2005; 2008) analisa a vida como um elemento político, logo uma relação de poder entre Estado e sujeito: o biopoder, onde o primeiro acompanha, regula, interpreta, articula a todo momento a vida social do segundo. De acordo com o autor, o biopoder é indispensável para o controle do Estado e também foi necessário para o desenvolvimento do capitalismo que necessita de corpos treinados para a produção e para o consumo.

Para compreender as relações do biopoder deve-se operar com diferentes dimensões como a econômica, a política e a histórica, pois este poder se ocupará da gestão daquilo que se torna preocupação, seja por apresentar-se como um problema ou como um benefício. No caso do automóvel, ele aparece como ambos. O “governo da vida” promove diversas ações como a disciplina e a penalidade, que não passa apenas pela justiça, mas por outras instituições. Como apresenta Revel (2005) através da governamentalidade, ou seja, o conjunto de instituições, procedimentos, análises, reflexões, cálculos e táticas que permitem exercer de forma bastante específica e complexa de poder, que tem por alvo a população, como forma principal de saber a economia política e, por instrumentos técnicos essenciais os dispositivos de segurança. Para seu êxito, utiliza diversas modalidades instrumentais do poder como armas, discursos, disparidades econômicas, mecanismos de controle etc.

Como o poder que está na relação entre os sujeitos e não no sujeito, como afirma Foucault, o biopoder na relação com o automóvel encontra-se no uso dos aparatos de controle de velocidade (lombadas eletrônicas e “pardais”), nas propagandas sobre acidentes de trânsito e que evidenciam, sobretudo, a morte, nas estruturas das instituições de trânsito do Estado, nas normas obrigatórias das autoescolas, etc. Se fundamento do poder legítimo encontra-se no corpo dos cidadãos (ROUSSEAU, 2012), a determinação do interesse coletivo envolve a participação direta dos cidadãos e, para isso, requer conhecimento para a decisão adequada do que melhor atende ao interesse da sociedade.

Compreendendo o poder como um modo de ação sobre o outro, uma ação disciplinadora pode ter ações de contrapoder. Às vezes, há resistência em relação aos procedimentos adotados pelo Estado e o sujeito procura escapar dos dispositivos de identificação, classificação e normalização. Como foi o caso do uso do cinto de segurança. Nils Bohlin, engenheiro de segurança da Volkswagen, inventou o cinto de segurança que começou a ser adotado em diversos países. No Brasil houve polêmica quando, em 1979, o engenheiro Mário Fernando Petzhold, professor da Universidade do Rio de Janeiro, fez o projeto que deu origem à regulamentação jurídica do uso do cinto. Em 1985, recém saído da ditadura, a

população não aceitava a imposição do Estado em relação ao cinto. Mas o repúdio maior foi em 1998, quando entra em vigor o Código de Trânsito Brasileiro onde o cinto era tido como componente mercadológico, para as empresas aumentar o valor do automóvel. Além disso, os indivíduos não compreendiam as questões técnicas deste aparato e acreditavam que seu uso mataria mais pessoas, pois elas ficariam presas em caso de acidente ou incêndio. Só com o tempo e através de propaganda e demonstração de pesquisas que foi possível a adoção do cinto de segurança, hoje utilizado amplamente (DAMATTA, 2010). Mesmo assim até hoje as campanhas lembrando a importância de seu uso são rotineiras. O mesmo aconteceu com a Lei Seca, Lei 11.705, promulgada em 19 de junho de 2008 e que determina a tolerância zero no consumo de álcool no ato de dirigir, pois muitas pessoas não queriam ser fiscalizadas, que se tratará em breve. Assim, o poder é uma relação e se constitui e enfrenta seus próprios limites como a microfísica do poder (FOUCAULT, 2005).

Para o consumidor restringir o uso do automóvel implica limitar a sensação de liberdade, pois a posse do carro oferece um salto para a liberdade e às novas oportunidades que ele oferece. A liberdade de movimento oferecida pelo carro torna-se cada vez mais uma liberdade formal, uma representação da liberdade exaltada a todo o momento pela propaganda da indústria automobilística, caracterizando discursos de disputa e contradições.

Com a criação no novo Código de Trânsito Brasileiro (CTB) em 1997, através da Lei 9.503, houve uma diminuição no número de mortalidade por acidente de trânsito até o ano 2000, sendo que no primeiro ano a redução foi de 13% e em torno de 2% nos seguintes. Mas, já a partir de 2000, há um novo aumento, sendo que em 2004 já volta ao patamar de 1997 e segue crescendo de forma constante até hoje. Ou seja, não há, nem por parte do Estado um controle das leis e da infraestrutura, nem por parte do indivíduo uma conscientização. A morte para Foucault (1999) deixou de ser uma daquelas cerimônias brilhantes para algo que se esconde, mais privada e vergonhosa, chegando a objeto tabu nos dias de hoje, sobretudo pelo controle e repressão.

Na obra “Vigiar e Punir” (2002) Foucault discorre sobre a vigilância iminente, no caso do automóvel em qualquer lugar pode ter policiais realizando blitz para verificar

o veículo ou seu motorista. Se a disciplina age na ação, a vigilância age no resultado. O Brasil possui um complexo sistema de vigilância e punição relacionado ao automóvel e motorista (cada um ou ambos podem ser retidos ou retirados da sociedade). A vigilância funciona e se reproduz automaticamente, pois o sujeito vigiado torna-se seu próprio vigilante. Toda punição baseia-se em leis que são as formas dos sujeitos realizarem seus comportamentos dentro de um padrão. Logo, o uso da força física é condição necessária para a definição do poder político, mas não é condição suficiente, para isso procura educar, também, através de campanhas educativas. Para compreender melhor esta estrutura de controle se demonstrará a seguir. A vida e a morte lembradas no uso do automóvel configuram relações de poder e, para isso, o Estado regula, disciplina, educa, fiscaliza e protege o corpo de seus indivíduos.

Foucault não caracteriza o poder como uma propriedade, localização, subordinação, ou seja, não como posse, mas como algo que se exerce, um conjunto de estratégias que são postas em jogo. No automóvel compreende-se esse jogo entre o Estado, a indústria e os indivíduos nos aspectos sociais, políticos, econômicos e culturais. Para o autor o poder do Estado está atrelado, também, a um modo de produção que seria sua infraestrutura, como demonstrado anteriormente, que atua através de meios de repressão pela normalização onde a lei é a expressão desse poder.

O objetivo do Estado democrático moderno é o desenvolvimento da cidadania, porém muitas ações do Governo se mostram como uma contradição. Por exemplo, o Estado tem o objetivo de diminuir as desigualdades sociais e impedir que o conflito de interesse entre diferentes classes sociais termine em violência, mas ao buscar o desenvolvimento econômico, os indivíduos consomem mais, o que contribui com a desigualdade social e incentiva o individualismo, através das disputas de tempo, espaço e uso, o que no trânsito, segundo DaMatta (2010), demonstra uma hierarquia entre as pessoas e seus automóveis gerando violência, ou seja, uma falta do próprio exercício da cidadania.

Se o indivíduo é o pior inimigo do cidadão, e se a individualização anuncia problemas para a cidadania e para a política fundada na cidadania, é porque os

cuidados e preocupações dos indivíduos enquanto indivíduos enchem o espaço público até o topo, afirmando-se como seus únicos ocupantes legítimos e expulsando tudo mais do discurso público. O público é colonizado pelo privado; o interesse público é reduzido à curiosidade sobre as vidas privadas de figuras públicas e a arte da vida pública é reduzida à exposição pública das questões privadas e a confissão de sentimentos privados (BAUMAN, 2001, p.46).

A construção do bem comum pela vontade coletiva deve ser auxiliada pelo Estado através do desenvolvimento da cidadania e não por relações clientelistas (entre organização e cliente/consumidor), onde o Estado oferece benefícios para o consumo (como a redução do IPI na compra de automóveis novos). Estas relações clientelistas demonstram que não há um consentimento em relação ao que é melhor para a vontade coletiva, através da discussão pública e da educação; e não apenas uma submissão imposta pelo Estado, através de leis e regras que podem ser burladas em benefício pessoal. “Hoje, o que move as nações não são concepções políticas nem teorias abstratas, mas os interesses econômicos, as forças formidáveis do capital e do trabalho” (AZAMBUJA, 2008, p.330).

Mas o Estado, que intervêm na economia, se mostra pouco representativo socialmente, não conseguindo compensar as consequências negativas do uso do carro, o que configura o trânsito como um problema da vida social há mais de três décadas. O limite da comunicação do Estado está entre desenvolver políticas públicas regulando o uso do automóvel, desagradando alguns cidadãos, e estimular a compra do automóvel, favorecendo a economia e a indústria, agradando aos consumidores. O crescimento da economia baseada na racionalidade econômica manteve o modelo político e cívico subjugado ao modelo econômico e o conceito de cidadania parece distante da consciência de coletividade através da valorização do consumo, estabelecendo uma ética individual. À medida que instituições públicas e privadas dirigem seus discursos e ações realizados de forma estratégica na defesa de questões de interesse público e privado, cabe ao pesquisador das ciências da comunicação entender como se dá esta relação para que possa estabelecer um debate que de conta em demonstrar como se operam estes processos comunicacionais.

5. Considerações Finais

Segundo Canclini (1995), com a degradação da política e de suas instituições outros modos de participação, como o consumo, se fortalecem e os indivíduos se sentem convocados como consumidores mesmo quando são chamados a serem cidadãos. O consumo promovido pela publicidade que busca surpreender, fazer rir, divertir, seduzir numa sensação de prazer e liberdade, torna o privado a exclusiva preocupação comum e é reconhecido como parte integral do sistema social e revela um ritual, um modo de satisfação em exercer poder sobre os outros, através da diferenciação social, da comunicação, do reconhecimento, da realização do desejo. Mais do que circulação econômica, promove uma relação de poder e prestígio, por isso o automóvel deve ser “Ferrari” e não pode ser outro, pois é ele que promove a inclusão e a ascensão procurada. O consumo como um grande sistema de representação do qual inclui marketing, design, publicidade é um espaço estruturado de posições.

Outra contradição que pode ser apontada ao analisar a relação do consumo do automóvel e a cidadania recai na relação entre igualdade e desigualdade, ao mesmo passo que o consumo está profundamente ligado às condições básicas de vida e às possibilidades abertas pela tecnologia, que faz do acesso a bens de consumo uma condição de sociabilidade e bem-estar básico. A sociedade de consumo é fundamentalmente igualitária, no sentido de que tende a criar uma estética universal em sua vontade de transformar todas as pessoas em consumidores. Por outro lado, a própria estética e as diferenciações dos produtos busca hierarquizar os consumidores que também se reconhecem pela distinção dos produtos que usam.

Em “A sociedade dos indivíduos”, Elias (1987), ao discutir sobre a teoria social, demonstra que a sociedade incentiva a individualidade de seus membros, e as ações individuais, formam a própria sociedade. Enquanto a individualidade deve ser assegurada pelo poder público, através da segurança de seus corpos e posses, a mesma promove a desintegração da cidadania como uma forma privada de assimilação do interesse público. Se a igualdade é pública, visto que todos são

iguais e devem respeitar as leis, o próprio espaço público é o lugar de desigualdade, já que ali são feitas as comparações e se dá a distinção.

O consumo torna-se uma categoria privilegiada de significação social, imprimindo uma pluralidade e uma fragmentação do espaço público. Cada vez mais, os indivíduos movem-se em contextos de interação diferenciados, que apelam a códigos e valores, por vezes contraditórios. A importância econômica, política e social deste meio de transporte parece não deixar outra alternativa além de políticas de controle na convivência dos vários integrantes deste sistema, no sentido de preservar a vida e a segurança de um modo geral, sem eliminar o potencial que este meio tem para alavancar o desenvolvimento da sociedade, principalmente em grandes metrópoles. O consumo, juntamente com a economia de mercado, promovem a busca desimpedida pelo que é de interesse individual e cabe ao Estado a tarefa de controlar as consequências do uso do carro, mas sem deixar os princípios da cidadania ficarem distantes e subjugados à valorização do consumo.

O consumo do carro nunca é simplesmente sobre escolhas econômicas racionais, mas sobre respostas estéticas, emocionais e sensoriais. Prazer, medo, frustração, euforia, dor, inveja são respostas emocionais aos carros e sentimentos sobre a sua condução são fundamentais para os investimentos pessoais que as pessoas têm ao comprar e dirigir automóveis. Por outro lado, a sensação de testemunhar um acidente e os terrores e traumas que permanecem correspondem ao lado negativo de seu uso. Assim, as mesmas paixões que alimentam o “amor” pelo carro ou a alegria na sua condução, podem, igualmente, provocar sentimentos opostos de ódio para o tráfego e a raiva com outros motoristas nas disputas de trânsito, o tédio na rota cotidiana ou ira em relação a políticas de transporte por parte do Governo intensificando as contradições de seu consumo/uso.

Se para o consumidor, restringir o uso do automóvel implica restringir a sensação de liberdade, a posse do carro oferece um salto para a liberdade e às novas oportunidades que ele oferece. Certamente, para o homem, aprender a dirigir é a principal ruptura com as restrições sufocantes da família e o primeiro passo para chegar à idade adulta (LUDD, 2005).

Nestas contradições, ora o automóvel é apontado como um objeto que trouxe diversos benefícios, sobretudo o desenvolvimento econômico e a praticidade do deslocamento; ora ele é apontado como causador de diversos problemas como poluição e gastos públicos com sua superestrutura e com acidentes e mortes no trânsito. Logo, compreender o que significa o automóvel na sociedade hodierna é compreender as próprias relações sociais e como se dá a relação entre Estado e indústria para o incentivo do desenvolvimento e a promoção de soluções dos problemas recorrentes do seu uso.

O consumo não é o centro de nossa investigação, mas suas práticas auxiliam na compreensão das configurações socioculturais modernas, que incluem a publicidade. A partir do surgimento dos modos massivos de produção e consumo, o comércio de bens passa a ser um dos elementos centrais na cultura das sociedades industriais. Da mesma forma, o valor de uso dos objetos não pode ser compreendido especificamente ao nível natural de necessidades e desejos e nem sob lógica de eficiência material, mas no âmbito social e conforme intenção cultural.

Mesmo quando há denúncias ou problemas, o público perde, mas o consumo sempre parece ganhar, como por exemplo: ao falar dos problemas no transporte público, mais pessoas buscam o seu carro próprio, trocando o segundo pelo primeiro, assim os problemas com transporte se agravam. Hoje há uma dissolução do espaço público, caracterizando uma sociedade despolitizada marcada pela indiferença às questões públicas e tudo parece direcionar para os objetivos individuais. Esta dissolução da perda do senso comum compromete a capacidade de discernimento e julgamento dos indivíduos. Todas estas contradições definem um paradoxo onde as pessoas desejam tanto exaltar os limites da vida quanto se precaver dos desafios da morte. Nesta relação ganha o consumo e perde a cidadania, visto que o mercado de automóveis apresenta-se cada vez mais consolidado e os problemas relacionados aos carros se mantêm.

Referências

- AZAMBUJA, Darcy. **Introdução à ciência política**. São Paulo, SP: Globo, 2008.
- BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos**. São Paulo, SP: Editora Perspectiva, 1973.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar Ed., 2001.
- BECKMANN, Jörg. **Mobility and Safety**. IN: Automobilities: an introduction. Theory, Cultura and Society. London: Sage, Thousand Oaks and New Delhi. Vol 21, 2004.
- BOBBIO, Norberto. **Estado, governo, sociedade**: por uma teoria geral da política. Rio de Janeiro, RJ: Paz e Terra, 1997.
- BRASIL. **Código de Trânsito Brasileiro – CTB**. São Paulo: Rideel. 2010.
- _____. Departamento Nacional de Trânsito - DENATRAN. **100 anos de Legislação de Trânsito no Brasil**: 1910 – 2010. Ministério das Cidades, Departamento Nacional de Trânsito, Conselho Nacional de Trânsito. Brasília: Ministério das Cidades, 2010a.
- CANCLINI, Néstor Garcia. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multinacionais da globalização. Rio de Janeiro, RJ: Ed. UFRJ, 1995.
- DAMATTA Roberto; com João Gualberto M. Vasconcellos e Ricardo Pandolfi. **Fé em Deus e pé na tábua**: ou como e por que o trânsito enlouquece no Brasil. Rio de Janeiro, RJ: Rocco, 2010.
- DENATRAN – Departamento Nacional de Trânsito. **Política Nacional de Trânsito**. Brasília, DF, 2004.
- ELIAS, Norbert. **A sociedade dos indivíduos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1987.
- FOUCAULT, Michel. **Em defesa da sociedade**: curso no Collège de France. São Paulo, SP: Martins Fontes, 1999.
- _____. **Microfísica do Poder**. 12. ed., Rio de Janeiro, RJ: Graal, 2005.
- _____. **Segurança, território, população**: curso dado no Collège de France. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- _____. **Vigiar e punir**. 25ª. Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.
- LONGHURST, Brian; CARRABINE, Eamonn. **Consuming the car**: anticipation, use and meaning in contemporary youth culture. The Editorial Board of The Sociological Review 2002.
- LUDD, NED (org.). **Apocalipse Motorizado**: a tirania do automóvel em um planeta poluído. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2005.
- MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Trad. Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 2003.
- REVEL, Judith. **Foucault**: conceitos iniciais. São Carlos, SP: Claraluz, 1973.
- ROUSSEAU, Jean-Jacques. **O contrato social**. Porto Alegre, RS: L&PM, 2012.
- SCHOR, Tatiana. **O Automóvel e o Desgaste Social**. Revista São Paulo em Perspectiva, 13(3) 1999.
- SORJ, Bernardo. **A nova sociedade brasileira**. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar, 2001.
- STEVENS, Leandro. **O poder e a cultura do automóvel desafiam a vida e a morte na propaganda do Estado e da indústria**. (Tese). Orientadora: Profa. Dra. Maria Helena Weber. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2015.
- THRIFT, Nigel. **Driving in the City**. IN: Automobilities: an introduction. Theory, Cultura and Society. London: Sage, thousand oaks an New Delhi. Vol 21, 2004.

WEBER, Maria Helena IN: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2011.